

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Белорусский государственный экономический университет



НИРС БГЭУ

Сборник научных статей

Выпуск 9

Минск 2020

УДК 378.633(476)
ББК 74.484(4Беи)
Б43

Сборник основан в 2011 году

Р е ком ен дован о
редакционным советом УО «Белорусский государственный
экономический университет»
(протокол № 9 от 28 октября 2019 г.)

Р едакционна я коллегия:

A. A. Быков (председатель), *O. A. Морозевич* (зам. председателя),
B. Г. Гаркавая (зам. председателя), *E. И. Астапов*, *P. Е. Гончаров*,
O. В. Гулина, *L. Н. Маркусенко*, *O. Г. Матковская*, *C. В. Разумова*,
M. В. Сидорова, *O. М. Смолякова*, *Ю. А. Шаврук*,
O. Н. Гапоненко (ответственный секретарь)

Б43 **НИРС БГЭУ** : сб. науч. ст. — Минск : БГЭУ, 2020. — Вып. 9. —
310 с.

ISBN 978-985-564-291-7.

В издание включены научные работы студентов Белорусского государственного экономического университета по актуальным проблемам экономики, права и смежных областей знаний.

Адресовано студентам и магистрантам экономических и юридических специальностей.

УДК 378.633(476)
ББК 74.484(4Беи)

ISBN 978-985-564-291-7

© Белорусский государственный
экономический университет, 2020

Д. А. Алькевич

Научный руководитель — кандидат экономических наук З. А. Никифорович

ВЫРУЧКА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ: ЕЕ ПРИЗНАНИЕ В СИСТЕМЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

В статье рассмотрены методы признания выручки по национальным стандартам бухгалтерского учета и отчетности Республики Беларусь и по международным стандартам финансовой отчетности. Предложена методика признания выручки в розничной торговле, способствующая адаптации международных стандартов финансовой отчетности в практику национального учета.

Важнейшим объектом бухгалтерского учета в розничной торговле признается товар.

Товар — любая вещь, которая участвует в свободном обмене на другие вещи, продукт труда, способный удовлетворить человеческую потребность и специально произведенный для обмена.

Актуальным вопросом в розничной торговле остается вопрос определения момента признания выручки и ее отражение в бухгалтерском учете.

В настоящее время в Республике Беларусь применяется один метод признания выручки в розничной торговле — момент перехода права пользования товаром от продавца к покупателю, когда поступление будущих экономических выгод в организацию является вероятным и эти выгоды можно надежно оценить [1].

В современных реалиях необходимо стремиться к приведению национальных стандартов к международным стандартам финансовой отчетности. Международным стандартом, регулирующим момент признания выручки, является IFRS 15 «Выручка по договорам с покупателями».

МСФО (IFRS) 15 обосновывает возможность и особенности признания выручки для разных ситуаций (право на возврат, гарантии, опционы, договоры обратной покупки и др.). Например, для учета передачи товаров с правом на возврат компания-продавец должна признавать:

- выручку от переданных товаров в размере возмещения, право на которое она ожидает получить (таким образом, выручка не будет признаваться в отношении товаров, которые, как ожидается, будут возвращены);
- обязательство в отношении возврата средств;
- актив (и соответствующую корректировку себестоимости продаж) в отношении права на получение товара от покупателей при исполнении обязательства в отношении возврата средств.

Обязательство в отношении возврата средств оценивается по сумме полученного (или подлежащего получению) возмещения, право на которое организация не ожидает получить (суммы, не включенные в цену сделки). Обязательство в отношении возврата средств (и соответствующее изменение цены сделки и, следовательно, обязательства по договору) необходимо

корректировать в конце каждого отчетного периода с учетом изменения обстоятельств.

Актив, признаваемый в отношении права организации на возврат товаров покупателем при исполнении обязательства по возврату средств, должен первоначально оцениваться на основе прежней балансовой стоимости товара за вычетом любых ожидаемых затрат, связанных с получением такого товара (включая потенциальное уменьшение стоимости возвращаемого товара для организации). На конец каждого отчетного периода организация должна корректировать оценку актива в результате изменения ожиданий относительно товаров, которые будут возвращены. Организация должна представлять такой актив отдельно от обязательства по возврату средств [2].

Исходя из положений международных стандартов, организация розничной торговли должна признать выручку на основании статистики возвратов. Выручка по тем товарам, которые не вернут с высокой степенью вероятности, может быть признана уже в момент передачи их покупателю. А на те товары, по которым ожидается возможный возврат, — признать обязательство. Например, если компания продаст товаров всего на 500 руб., из которых она уверена в невозврате товаров на 200 руб., то в отчетности следует признать выручку на 200 руб. и обязательство по возврату на 300 руб.

В Республике Беларусь такая возможность не предусмотрена, покупатели же в свою очередь, согласно ст. 28 Закона Республики Беларусь № 90-З «О защите прав потребителей», вправе в течение четырнадцати дней с момента передачи ему непродовольственного товара, если более длительный срок не объявлен продавцом, в месте приобретения или иных местах, объявленных продавцом, возвратить товар надлежащего качества или обменять его на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчет с продавцом.

Организация розничной торговли, передав право пользования товаром покупателю, отражает выручку от продажи и платит в текущем отчетном периоде налог на добавленную стоимость. В случае если покупатель решит вернуть товар, а 14 дней истекут в следующем отчетном периоде, то в текущем отчетном периоде будет завышена сумма выручки, а следовательно, и сумма налога на добавленную стоимость, что приведет к вымыванию оборотных средств.

Решением такой ситуации будет отсрочка признания момента реализации в соответствии с МСФО 15 на 14 дней, когда покупатель не сможет уже вернуть товар надлежащего качества. В момент же непосредственной продажи товара продавец будет отражать полученную сумму денег как увеличение кредиторской задолженности перед покупателем.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь в 2018 г. в Республике Беларусь было продано обуви и верхней одежды на сумму около 2400 млн руб., возврат товара надлежащего качества в среднем составил 5 %, возврат товара в 2019 г., который был приобретен в 2018 г., со-

ставил 0,20 % общей суммы проданного товара за 2018 г. По расчетам можно сделать вывод о том, что в 2018 г. в организациях розничной торговли была завышена выручка на сумму 4,8 млн руб., так как возврат товара отразится только в 2019 г., а за 2018 г. организация обязана будет уплатить налог на добавленную стоимость исчисленный из выручки, которая относится на возвращенный товар [3].

На основании проведенного исследования предлагается в учетной политике организаций розничной торговли обуви и верхней одежды прописывать возможность признания выручки только в момент, когда организация сможет воспользоваться полученными выгодами, т.е. через 14 дней.

Предложенная методика признания выручки в розничной торговле будет способствовать адаптации международных стандартов финансовой отчетности в практику национального учета.

Источники

1. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 30 сент. 2011 г., № 102 : в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 31.12.2013 г. № 96 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2006.

2. О введении в действие на территории Республики Беларусь Международных стандартов финансовой отчетности и их разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 19 авг. 2016 г., № 657/20 : в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 20.12.2017 г. № 974/15 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2006.

3. Структура розничного товарооборота за 2018 г. [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sektor-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/roznichnaya-torgovlya/godovye-dannye/>. — Дата доступа: 03.06.2019.

Д. Д. Артюш, М. Ю. Петрович

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л. С. Ефремова

РОЛЬ ИНТЕГРАЦИИ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ С ФИНАНСОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ

Интеграции Республики Беларусь в мировое банковское сообщество требует стремительного развития цифровизации в банковской системе и экономике страны в целом. Этого можно достичь через внедрение инновационных информационных технологий fintech.

Fintech (далее — финтех) является слиянием терминов «финансы» и «технология» и относится к любому бизнесу, который использует технологию для повышения или автоматизации финансовых услуг и процессов.

Рынок финансовых технологий — один из самых быстрорастущих. Ежегодно в мире появляются тысячи приложений и сайтов, которые ускоряют и упрощают оплату за товары и услуги, получение кредитов, совершение денежных переводов. Заметно увеличение инвестиций в финтех. За последние 5 лет инвестиции в данную отрасль возросли практически в 6 раз, а количество сделок — в 2 раза (рис. 1).

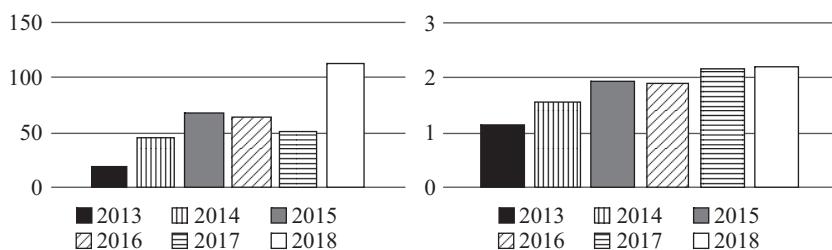


Рис. 1. Динамика роста инвестиций (млн дол.) и количества сделок (тыс.) в сфере финансовых технологий

Популярность финтех-компаний за последние годы значительно увеличилась благодаря трем тенденциям: технологическим достижениям, позволяющим выполнять сложные операции; требованиям клиентов к разнообразию банковских услуг; меньшему контролю и регулированию финтех-компаний (поскольку не являются де-факто банками). Таким образом, банки должны принимать меры по налаживанию партнерских связей с этими компаниями во избежание потери клиентов [1].

Мировые банки теряют свои доходы из-за развития функционала финтех-компаний. Инновации осуществляются для улучшения качества финансовых услуг. Однако исследования показывают, что около 50 % клиентов предпочитают услуги традиционного банкинга, хотя и через мобильные приложения. У банков свои весомые преимущества: широкая клиентская база, накопленный опыт и базы данных, возможности масштабных инвестиций в инновации.

Анализ McKinsey показывает, что 62 % финтех-компаний занимаются розничным банковским сегментом, 11 % сосредоточены на крупных корпоративных банковских предложениях. Платежи — самая популярная область для узурпации, кредитование — самая прибыльная по целевому доходу [1].

Перспективные примеры внедрения банками услуг финтеха:

1. Платежный ресурс e-PAY™, созданный благодаря взаимодействию WEBPAY™ и «Приорбанк» ОАО. Ярко выражена выгода от внедрения фин-

тех-технологии в банк: за первые 15 месяцев работы услуги воспользовалось более 22 000 клиентов, а к 2011 г. их число возросло до 26 000, т.е. заметно увеличение клиентов на 61 % (рис. 2).

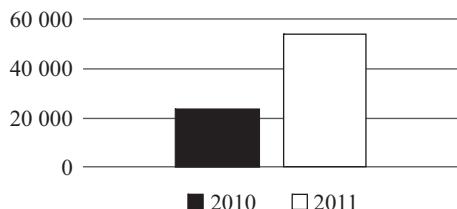


Рис. 2. Динамика прибыли после запуска сервиса e-рау, млн руб.

В настоящее время заметен четырехкратный рост электронной коммерции, несмотря на ограничения ряда крупных банков на расчеты по карточкам в сети интернет. Благодаря интернет-ресурсу www.e-pay.by владельцы карточек могут оплачивать более 1160 услуг — практически полный спектр коммунальных платежей в Республике Беларусь [2].

2. Наиболее эффективным сотрудничеством с финтех-компанией среди белорусских банков сегодня является сервис «Голосовая биометрия», запущенный «Приорбанком» ОАО. Сервис основан на решении VoiceKey.AGENT. Для регистрации в системе пользователь проходит процесс идентификации, затем при последующих вызовах запускается аутентификация пользователя в фоновом режиме и собираются данные голоса, информация поступает в обработку на сервер и сравнивается с эталоном, хранящимся в системе. Результат проверки отображается в интерфейсе оператора контактного центра. VoiceKey.AGENT позволяет упростить процесс подтверждения личности в контактном центре, тем самым повышается лояльность клиентов; сокращает время на аутентификацию звонящего до 50 %, экономит расходы на удаленное обслуживание; повышает безопасность за счет применения трехфакторной аутентификации; легко масштабируется [3].

3. ЗАО «БСБ Банк» организовал возможность доступа к своим информационным системам посредством финтех-платформы API. Благодаря BSB WebAPI юридические лица в режиме реального времени могут получать выписки по счету, информацию об остатке по счету, а также просматривать статусы отправленных запросов в банк.

4. Платформа INSYNC.BY — приложение от ЗАО «Альфа—Банк», с помощью которого можно стать клиентом банка, открыть счет, заказать карточку, обменять валюту без посещения отделения банка. Все счета, платежи и переводы отображаются на главном экране. Совершение операций или просмотр истории транзакций возможны с помощью функции Drag and drop.

5. Платформа DENEGRAM от ЗАО «МТБанк» — мобильное приложение, с помощью которого клиенты белорусских банков могут отправлять и

получать деньги на карточки. Приложение привязано к телефонной книге пользователя.

Перспективы интеграции банков Республики Беларусь с финтех-компаниями:

- размещение финтех-платформ помогает банкам оставаться в курсе рынка и обеспечивает дополнительный источник доходов и экономии средств, недоступных вследствие традиционной практики ведения бизнеса;
- сокращение затрат на бэк-офис и улучшение обработки кредитов;
- увеличение рабочих мест и применение высокотехнологичного оборудования для разработок инновационных технологий;
- обеспечение привлекательного инвестиционного климата для привлечения капиталов иностранных инвесторов;
- развитие мобильного банкинга, лидирующего на мировом рынке;
- оснащение платежной системы страны инновационными технологиями;
- обеспечение протекционистской политики со стороны государства путем развития цифровых и биометрических технологий кредитной, финансовой, страховой поддержки, льготирования процентных ставок по кредитам;
- выход банков на глобальный рынок.

Успех цифровой трансформации белорусского банковского сектора в ближайшие годы будет зависеть от того, смогут ли банки стать открытыми для сотрудничества с финтех-компаниями. Их интеграция будет способствовать привлечению средств нерезидентов, расширению ресурсной базы банков, наращиванию объема кредитных программ, снижению банковских рисков, что является ключевым шагом к укреплению доверия к белорусскому рублю и ускорению темпов экономического роста.

Источники

1. Fintech and Banks: How Can the Banking Industry Respond to the Threat of Disruption? [Electronic resource]// Toptal. — Mode of access: <https://www.toptal.com/finance/investment-banking-freelancer/fintech-and-banks>. — Date of access: 30.09.2019.

2. Приорбанк и WEBPAY™ подвели первые итоги работы на рынке интернет-эквайринга [Электронный ресурс] // Все банки Беларуси. — Режим доступа: <https://select.by/content/view/2119/338/>. — Дата доступа: 04.10.2019.

3. VoiceKey.PLATFORM [Электронный ресурс]// Группа компаний ЦРТ. — Режим доступа: <https://www.speechpro.ru/product/sistemy-upravleniya-kachestvom-i-avtomatizatsii/voicekey/specification>. — Дата доступа: 01.10.2019.

4. How Small Banks Can Partner with Fintech Firms [Electronic resource]// THE FINANCIAL BRAND. — Mode of access: <https://thefinancialbrand.com/58829/small-community-banking-partnership-fintech/>. — Date of access: 30.09.2019.

Д. А. Афанасенко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. А. Артемьева

СИСТЕМА МГНОВЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье обоснована важность развития системы мгновенных платежей банками Республики Беларусь, рассмотрены отдельные проблемы функционирования платежной системы, предложены пути их решения.

Системы мгновенных платежей (далее — СМП) получили широкое развитие в банковской практике многих зарубежных стран. В одних странах данные системы предназначены для нужд юридических лиц, в других — система ориентирована на ее использование также и населением. Главной характеристикой СМП является осуществление транзакции в течение нескольких секунд, немедленно.

В Республике Беларусь СМП заработала в полном объеме с 1 августа 2019 г., что позволило юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям в течение минуты осуществить перечисление денежных средств получателю. С 1 января 2020 г. планируется сделать доступным этот сервис и для физических лиц.

Система мгновенных платежей в Республике Беларусь имеет следующие особенности:

- метод исполнения обязательств в СМП — объединение депозитной модели и RTGS-системы;
- передача информации о платеже и денежных средствах от банка-отправителя к банку-получателю с отражением по счетам в бухгалтерском учете за 1 минуту 24/7/365 при помощи номера мобильного телефона;
- система платежей в режиме 24/7 действует только для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;
- участие в СМП не обязательно для банков, но обеспечивает конкурентное преимущество в борьбе за клиентов;
- мгновенные платежи являются безотзывными;
- банкам необходимо резервировать денежные средства на своих корреспондентских счетах для осуществления расчетов по мгновенным платежам [1].

Функционирование системы мгновенных платежей подтверждает высокий уровень развития платежной системы в Республике Беларусь. При этом, учитывая мировые тенденции, следует обратить внимание на наличие в действующей платежной системе Республики Беларусь следующих проблем:

- необходимость планирования осуществления расчетов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по их обязательствам в соответствии с графиком работы системы BISS, система не работает в выходные и

праздничные дни, что приводит в отдельных случаях к невозможности совершения важного платежа, требующего немедленного зачисления реальных денежных средств на счет бенефициара;

- наличие высоких транзакционных издержек юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Рассматривая функционирование платежной системы в Республике Беларусь, также необходимо обратить особое внимание на тарифную политику. Она формируется не только исходя из уровня возмещения затрат на функционирование платежной системы. Значительная часть в тарифах — это величина прибыли. Например, при расчетах посредством ЕРИП комиссия составляет от 0,2 до 2,0 % в зависимости от типа операции, при подключении услуги Клиент-банк тариф в среднем равен 50–100 бел. руб. в зависимости от банка и масштабов бизнеса.

В свою очередь Национальный банк принимает плату от участников системы BISS в двух случаях: за подключение участников финансового рынка к системе BISS (плата в размере 100 базовых величин) и за расчетные услуги Национального банка (плата установлена на уровне покрытия издержек на функционирование АС МБР доходами и получение прибыли в размере, достаточном для инвестирования средств в ее развитие).

Размер платы за расчетные услуги устанавливается за исполнение в системе BISS одной платежной инструкции в составе ЭПД и дифференцируется в зависимости от времени поступления ЭПД в систему BISS.

Обработка мгновенных платежей в системе BISS осуществляется в виде так называемого третьего потока платежей при сохранности действующей технологии проведения межбанковских расчетов путем разделения электронных платежных документов на два потока — по срочным и несрочным платежам [2].

Внедрение сервиса по мгновенным платежам явилось важным шагом по совершенствованию платежной системы Республики Беларусь, он позволил:

- проводить платежи 24/7/365 в режиме времени, приближенному к реальному;
- снизить транзакционные издержки юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Несмотря на функционирование платежной системы Республики Беларусь с учетом мировых тенденций, уровень проникновения технологий в Республике Беларусь значительно ниже, чем в зарубежных странах.

В связи с этим для дальнейшего развития СМП мы предлагаем создать инфраструктуру в рамках данной системы, которая позволит объединить несколько банковских счетов одного юридического лица или индивидуального предпринимателя, открытых в разных банках, что снизит транзакционные издержки, ускорит и расширит возможности проведения мгновенных платежей для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Тарифная политика в таком сервисе будет включать только единовременную плату за подключение к нему, тариф не будет зависеть от суммы платежа.

Итак, банки несут определенные затраты при эксплуатации системы мгновенных платежей, поэтому подключение к системе является добровольным. В настоящее время только 10 белорусских банков участвуют в СМП. Однако в связи с развитием децентрализованных платежных систем, функционирующих с применением технологии блокчейн, банкам необходимо расширять свои услуги по проведению платежей. Подключение к системе мгновенных платежей позволит банкам увеличить транзакционные обороты и средние остатки по счетам клиентов; сократить издержки обращения; создать новые высокотехнологичные продукты; повысить конкурентоспособность на рынке финансовых услуг.

Источники

1. Об утверждении Инструкции о порядке функционирования автоматизированной системы мгновенных платежей и проведения мгновенных платежей [Электронный ресурс] : постановление Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 20 нояб. 2018 г., № 540 // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.nbrb.by/legislation/documents/PP_540.pdf. — Дата доступа: 15.03.2019.
2. Концепция создания сервиса по мгновенным платежам, доступного в режиме 24/7/365 [Электронный ресурс] : протокол заседания Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 13 дек. 2017 г., № 47/П // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/payment/concept-instant-payment-service.pdf>. — Дата доступа: 15.03.2019.

E. B. Баранова

Научный руководитель — кандидат социологических наук Г. Ф. Бедулина

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Статья посвящена исследованию теоретических аспектов формирования молодежного предпринимательства в Республике Беларусь в современных условиях. Дается характеристика предпринимательства в молодежной среде как динамичной, непрерывной и постоянно возобновляемой деятельности.

Значение молодежного предпринимательства для Республики Беларусь очень велико. Сегодня на уровне государства и общества уже утвердилось понимание необходимости активизации молодежной инициативы не только как способа обеспечения занятости населения, но и как одного из важнейших источников стабильного социально-экономического роста.

Особым сегментом в структуре малого и среднего бизнеса является молодежное предпринимательство, которое является основой устойчивого развития государственной экономики в будущем, поскольку играет важную роль

в решении социальных и экономических проблем, таких как создание новых рабочих мест, сокращение безработицы в стране. Также они внедряют инновации, способствуют росту потребительского интереса к разным видам товаров и услуг, тем самым поддерживая конкуренцию на рынке. Именно поэтому развитие предпринимательства является актуальной экономической задачей в Республике Беларусь.

Молодежь является самой активной частью общества, которая готова к переменам, легче и быстрее привыкает к новым условиям. Молодежь, как правило, отличается креативным мышлением, что должно положительно склоняться на предпринимательской деятельности и на конкурентоспособности бизнеса. Кроме того, молодежное предпринимательство инициирует изобретательскую и инновационную деятельность. Молодежное предпринимательство в инновационной среде способствует распространению новых продуктов и услуг для потребителей.

Молодежное предпринимательство — одно из наиболее перспективных направлений развития экономики страны, являющееся фактически потенциалом ее роста.

Рассматривая понятие молодежного предпринимательства, за основу можно взять стандартное толкование предпринимательства, но с поправкой на возраст. В конечном счете молодежное предпринимательство — это вид экономической деятельности, осуществляемый лицами до 31 года с целью получения материальной выгоды, т.е. прибыли.

Важность развития молодежного предпринимательства, инновационных малых и микро-предприятий неоднократно подчеркивалась Президентом Республики Беларусь, представителями политических течений и партий, многими научными и общественными деятелями, так как оно выполняет ряд экономических и социальных функций.

Экономические функции: эффективное использование ресурсов, оптимальное комбинирование факторов, повышение конкурентоспособности, удовлетворение платежеспособного спроса населения.

Социальные функции: формирование ценностной ориентации, совершенствование базовых условий жизнедеятельности, профессиональная и личностная реализация, повышение качества профессионального образования, обеспечение самозанятости [1, с. 66].

Молодежное предпринимательство в качестве процесса представляет собой деятельность, направленную на удовлетворение потребностей субъектов рынка и получение определенной прибыли, так как в противном случае поставленная предпринимателем цель не будет достигнута, и включает в себя поиск новых идей и постановку целей, их оценку и воплощение в инновационное предприятие.

Как процесс молодежное предпринимательство является довольно динамичной, непрерывной и постоянно возобновляемой деятельностью, так как изменяются потребности и запросы рынка при наличии высокого уровня конкуренции.

Предпринимательская деятельность молодежи стремительно заполняет все большую часть сектора предпринимательства, обеспечивает экономический рост, производство услуг и товаров, которые количественно и качественно изменяют потребности общества и меняются под его запросы.

Кроме того, молодежное предпринимательство способно выполнять ряд социально значимых функций (присущих сферам молодежной и социальной политики), таких как: формирование нового менталитета нации, основанного на позитивном отношении к институту частной собственности и предпринимательству; повышение экономической активности молодых людей; организация занятости молодежи; проведение профессиональной ориентации и обучения молодых людей; предоставление возможности реализации достаточно высокого образовательного потенциала молодых людей, их самореализации и самоутверждения; повышение жизненного уровня молодых людей; формирование активной социальной позиции молодежи; усиление социальной защищенности молодежи.

На начальных этапах для устойчивого развития предпринимательства важна и необходима государственная поддержка. Для того чтобы помочь талантливым и предпримчивым людям максимально реализовать деловую идею, поддержать на самом трудном и ответственном этапе становления бизнеса на территории Республики Беларусь, созданы молодежные бизнес-инкубаторы. Инкубаторы создают условия для роста и развития субъектов молодежного предпринимательства, которым предоставляются в аренду помещение, офисное оборудование и иное имущество. На 2019 г. в Республике Беларусь действует 24 молодежных инкубатора малого предпринимательства.

Таким образом, действующая инфраструктура поддержки предпринимательства в Республике Беларусь способствует развитию молодежного предпринимательства и открывает большие перспективы для социально-экономического развития экономики Беларуси.

Источники

1. Алейников, А. Н. Предпринимательская деятельность : учеб.-практ. пособие / А. Н. Алейников. — Минск : Новое знание, 2003. — 304 с.
2. Башаримова, С. И. Основы предпринимательства / С. И. Башаримова. — Минск : Беларус. энцыкл. імя П. Броўкі, 2012. — 233 с.
3. Студенческое бизнес-тьюторство для развития предпримчивости и обучения школьников основам предпринимательства / сост. Г. Ф. Бедулина. — Минск : РИВШ, 2018. — 137 с.
4. Шоканова, Д. Ч. Развитие института предпринимательства в Республике Беларусь / Д. Ч. Шоканова // Подол. науч. вестн. — 2017. — № 2. — С.107–109.

Е. И. Бобровская, Е. А. Шавлова

Научный руководитель — кандидат экономических наук В. И. Тележников

ОЖИДАНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ, МОТИВИРУЮЩИЕ К АДАПТАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

В работе представлено исследование предпочтений молодых специалистов применительно к организационным условиям современных предприятий, мотивирующих их к адаптации и работе в организации. Субъектами исследования являются студенты БГЭУ в возрасте 20–22 лет. Проанализированы социально-психологические, организационные, личностные факторы перспектив работы и карьеры молодых специалистов.

Проблема адаптации к трудовой деятельности в организации особенно остра для молодых специалистов, которые в силу отсутствия соответствующего опыта и перехода от индивидуальной ответственности, характерной в период получения высшего образования, к коллективной за результаты деятельности организации требуют существенной ломки сложившихся личных стереотипов.

Адаптация к новому окружению, требует взаимодействия обеих сторон — как организации, так и работника. Необходимым условием успешного вхождения в организацию для каждого нового сотрудника является усвоение им системы ценностей, норм, правил и поведенческих стереотипов, характерных для организации [1]. Успешной адаптации способствует создание групп из новичков с включением в них опытных работников, способных передавать свои знания и умения, наставничество, коучинг, беседы с руководством, разъяснения и рекомендации [2]. Организация может считать, что добилась успеха, если у специалиста сформировалось позитивное отношение к коллегам и работе, чувство ответственности за дела организации [3].

В целях определения ожиданий молодых специалистов, было проведено исследование посредством анкетирования респондентов по 25 вопросам, составленным на основе теории «Z» У. Оучи [4] и двухфакторной теории мотивации Ф. Герцберга [5], что позволило адаптировать опросник к требованиям современных организаций. В исследовании приняли участие 60 респондентов, в том числе 30 % мужчин и 70 % женщин.

На начальном этапе социализации в организации для 62,1 % респондентов более важна профессиональная адаптация, а для 37,9 % — социально-психологическая [6].

Социально-психологические аспекты.

96,6 % респондентов считают необходимым добросовестно и напряженно работать, если организация вкладывает в них свои средства и время.

86,2 % комфортнее трудиться в коллективе, где преобладают неформальные отношения по работе, поскольку такая связь предполагает взаимное принятие личностных качеств, понимание, согласие и психологическую близость.

Одобрение руководителя важно для 86,2 %, а для 13,8 % не имеет значения.

Для 89,7 % респондентов важно внимание организации к сотруднику не только на работе, но и вне работы посредством предоставления социального пакета, культурных и спортивных мероприятий и возможности развития.

93,1 % считают важной возможность развития и обучения в своей профессиональной сфере за счет организации.

55,2 % желает работать в коллективе с возрастом сотрудников, не превышающим 30 лет. Для 34,5 % опрошенных возраст коллег не имеет значения, 6,9 % желают работать с людьми 30–40 лет. Предпочтение отдается коллективам с преобладанием мужчин. Вероятно, внимание к этому вопросу в значительной мере обусловлено потребностью молодых женщин, преобладающих в исследовании, в создании семьи.

Организационный аспект.

Имидж организации имеет значение для 37,9 % респондентов.

Гибкий график работы по своему усмотрению предпочтителен для 55,2 % опрошенных. 44,8 % привлекает стандартный режим работы.

Работа по правилам желательна для 37,9 %. 31 % предпочитает минимум правил и процедур. 31 % это безразлично.

50 % предпочитают работу в команде, а 24,1 % индивидуальную.

96,6 % хотят получать вознаграждение за достижение конкретных целей и задач. 3,4 % ориентируются на выслугу лет.

71,5 % готовы работать в режиме многозадачности (решение нескольких задач). 7,1 % предпочитают концентрироваться на одной задаче.

75,9 % мотивирует соревновательный дух в коллективе, а 24,1 % важнее преодоление себя, нежели сравнение с окружающими.

Ясные перспективы карьерного роста в организации мотивируют 89,7 %.

Традиционный «Портрет идеального сотрудника» будет мотивировать лишь 17,2 %, а 58,5 % нет.

Личностный аспект.

82,8 % респондентов предпочитают индивидуальную ответственность групповой, т.е. склонны брать на себя ответственность.

75,9 % хотят оказывать влияние при принятии решений.

86,2 %, в случае появления сложной проблемы, готовы обратиться за помощью к более квалифицированному коллеге, нацелены на результат и не боятся критики. 13,8 % предпочитают обходиться собственными силами.

93,1 %, при условии высокого вознаграждения, готовы взяться за выполнение незнакомой работы, надеясь приобрести необходимые знания и навыки в процессе, и только 6,9 % откажутся от участия в таком проекте.

Ожидания результата.

На вопрос «Какой результат Вы хотите получить от работы?» 62,1 % респондентов ответили, что они нацелены на долгосрочный результат и готовы для этого выполнять работу с высокой степенью сложности. 37,9 % предпочитают получать быстрый результат, не требующий особых усилий.

Ответы на вопрос «Какое время Вы готовы потратить для перехода на более высокую должность?» распределились следующим образом: 6,9 % — менее года; 48,3 % — 1–2 года; 31 % — 2–5 лет; 3,4 % — 5–10 лет; 3,4 % — 20–30 лет; 6,9 % — не планируют продвижения. 7,2 % ориентируются на долгосрочную карьеру.

Ответы молодых специалистов об их планах на ближайшие 5 лет распределились следующим образом: 62,1 % планируют движение по карьерной лестнице; 13,8 % — работать на выбранной должности продолжительное время; 20,7 % не планируют работать длительное время в одной организации; 3,4 % — сменить одну или несколько должностей в рамках одной организации.

Ожидания молодых специалистов-респондентов в значительной мере индивидуальны, однако результаты исследования говорят о том, что в целом у них ярко проявляется индивидуализм. Молодость амбициозна и готова взяться за работу, даже при отсутствии необходимых знаний. Им импонирует работа в организациях органического типа, с минимумом правил и процедур, с неясным и неформальным механизмом контроля, где преобладают неформальные отношения по работе. Для большинства предпочтительна индивидуальная ответственность и умеренно специализированная карьера. Молодым сотрудникам важно, чтобы организация проявляла интерес к их увлечениям, ве-ре, желаниям и опасениям, импонируют организаций типа «Z» по У. Оучи.

Молодые люди не готовы ждать годы, чтобы достичь цели. Без ясных перспектив роста многие молодые и активные сотрудники, не дожидаясь повышения, будут искать организации с лучшими профессиональными и карьерными возможностями.

Источники

1. Тележников, В. И. Менеджмент : учебник / В. И. Тележников. — Минск : БГЭУ, 2016. — 508 с.
2. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 576 с.
3. Иванова, С. А. Искусство подбора персонала / С. А. Иванова // Электронное издание ООО «Альпина Паблишер», 2018. — 159 с.
4. Barnett, T. Theory Z [Electronic resource] / T. Barnett, rev. by S. B. Droege // Reference for business. — Mode of access: <https://www.referenceforbusiness.com/management/Str-Ti/Theory-Z.html>. — Date of access: 03.10.2019.
5. Gitman, L. J. Herzberg's Motivator — Hygiene Theory [Electronic resource] / L. J. Gitman, C. McDaniel // BC Open Textbooks. — Mode of access: <https://open-textbc.ca/businessopenstax/chapter/herzbergs-motivator-hygiene-theory/>. — Date of access: 03.10.2019.
6. Ким, И. Ю. Анализ использования современных методов вовлечения персонала в деятельность организации / И. Ю. Ким // Лидерство и менеджмент. — 2017. — № 3. — 8 с.

А. Ю. Бондарева, Е. А. Шульга

Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова

ОЦЕНКА РОЛИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «БЕЛАЗ» — УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ»

Главную роль в формировании конкурентоспособности предприятия на современном этапе играют инновации и инновационное развитие. Для того чтобы получить устойчивые конкурентные преимущества, организациям необходимо находить новые способы и методы ведения их деятельности. Одним из важных факторов, которые способны повлиять на конкурентоспособность бизнеса, является применение различного рода инноваций в производстве.

Как показывает практика, между конкурентоспособностью и инновациями существует прямая связь. Предприятия, внедряющие инновации, имеют возможность не только реализовывать продукцию, пользующуюся спросом, но и снижать издержки за счет современных технологий. При прочих равных условиях предприятие, первым внедрившее инновационные разработки, будет обладать большими преимуществами по сравнению с конкурентами, как перед потенциальными потребителями, так и перед инвесторами [1].

ОАО «БелАЗ» — управляющая компания холдинга «БелАЗ-ХОЛДИНГ» — крупнейший мировой производитель карьерных самосвалов большой и особо большой грузоподъемности, а также другого тяжелого транспортного оборудования, применяемого в горнодобывающей и строительной отраслях промышленности.

Отличительной особенностью технологий, используемых на предприятиях, является гибкость создаваемых производственных процессов, которые при необходимости обеспечивают трансформацию производственных мощностей с производства одних изделий на другие наиболее востребованные в данный момент на рынке. Достигается это в первую очередь за счет широкого применения оборудования с числовым программным управлением на всех технологических переделах производства. Благодаря этой особенности значительно повышается устойчивость производства, сокращаются объемы его подготовки и сроки освоения новых изделий, что особенно важно в современных условиях, когда рынок требует постоянного обновления продукции [2].

В рамках выполнения научной работы была проведена оценка конкурентоспособности ОАО «БелАЗ» с использованием метода эффективной конкуренции. Анализ показал, что в целом по совокупности показателей уровень конкурентоспособности возрос с 7,9 до 8,2 балла. Для более наглядного представления был использован графический метод (рис. 1).



Рис. 1. Многоугольник конкурентоспособности предприятия

Таким образом, основным конкурентным преимуществом предприятия является цена продукции, но следует помнить, что низкая цена продукции не сможет обеспечить конкурентное преимущество в долгосрочном периоде. На современном этапе развития именно инновационные решения делают технику уникальной и повышают конкурентоспособность предприятия.

ОАО «БелАЗ» широко использует в своей деятельности информационные технологии и целенаправленно развивает различные инновационные проекты, которые должны обеспечить конкурентоспособность выпускаемой продукции не только в современной непростой экономической ситуации, но и на годы вперед. Такой информационной технологией является внедряемая на предприятии концепция «Интернет-вещей» [4].

Анализ инновационной деятельности предприятия комплексной методикой оценки инновационной активности организаций, состоящей из трех блоков (ресурсный, результатный и статистический) показал, что инновационная деятельность ОАО «БелАЗ» находится на достаточно высоком уровне (введены роботизированные самосвалы, концепция интернет-вещей). Однако во внедрении «Интернета вещей» есть ряд проблем. Основная из них — безопасность информационных систем [4]. Сейчас устройства Интернета вещей никак не защищены от кибератак. На данный момент никаких предпосылок для кибератак на предприятии нет, однако со временем ситуация может измениться и менее конкурентоспособные предприятия могут начать вести недобросовестную конкурентную борьбу.

Для повышения конкурентоспособности необходимым условием является внедрение на предприятии системы кибербезопасности. Эффект от внедрения системы кибербезопасности составит 603 351 руб., срок окупаемости — 1 год и 6 месяцев (рис. 2).

Система кибербезопасности обеспечит рост качества продукции, увеличение доли рынка, финансовой устойчивости и безопасности информации, а также новые конкурентные преимущества.



Рис. 2. Многоугольник конкурентоспособности предприятия
после внедрения системы кибербезопасности

Таким образом, повышение конкурентоспособности продукции за счет внедрения инновационных технологических методов производства является главным фактором повышение конкурентоспособности предприятия на рынке.

Источники

1. Мякотин, М. П. Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / М. П. Мякотин // Молодой ученик. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/209/51178>. — Дата доступа: 01.04.2019.
2. Официальный сайт ООО «БелАЗ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belaz.by/about>. — Дата доступа: 01.04.2019.
3. О развитии цифровой экономики : Декрет Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2017. — № 8.
4. Что такое Интернет вещей [Электронный ресурс] // СТРИЖ Телематика. — Режим доступа: <https://strij.tech/publikatsii/tehnologiya/chto-takoe-internet-veshchey.html>. — Дата доступа: 01.04.2019.

A. A. Бондаренко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. Е. Шарилова

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО ДЕТЕРМИНИРОВАННЫХ ФАКТОРОВ РОЖДАЕМОСТИ

В работе представлена статистическая оценка социально детерминированных факторов рождаемости: построены регрессионные модели зависимости суммарного коэффициента рождаемости от различных социальных факторов,

выявлены различия в степени влияния уровня грамотности женщин на уровень рождаемости в зависимости от региона.

В настоящее время, как в отдельных странах, так и в мировом сообществе в целом, актуален вопрос, касающийся регулирования уровня рождаемости. Рождаемость — процесс социально обусловленный, поэтому особое внимание уделяется именно социальным факторам рождаемости. Установить статистическую закономерность развития, построить эконометрическую модель зависимости уровня рождаемости от совокупности факторов — значит приблизиться к решению проблемы демографического кризиса. В данной статье будут представлены несколько направлений анализа и сформулированы основные выводы касательно зависимости уровня рождаемости от социально детерминированных факторов.

Значимым социальным фактором рождаемости является распространность средств контрацепции [2]. Уравнение регрессии, построенное по пространственной выборке (значения показателей по большинству стран мира), имеет вид

$$Y = 7,082717 - 0,058145x_1, \quad (1)$$

где Y — суммарный коэффициент рождаемости, рождений на одну женщину; x_1 — распространность средств контрацепции (любые методы) среди женщин 15–49 лет, %.

Согласно модели (1) при отсутствии либо неиспользовании средств контрацепции среднее значение суммарного коэффициента рождаемости будет равно 7,08 рождений на одну женщину. Изменение степени распространности средств контрацепции на 1 п.п. снижает уровень рождаемости в среднем на 0,058 рождений на одну женщину.

Еще одним социальным фактором, оказывающим влияние на репродуктивное поведение, а значит, и на уровень рождаемости, является степень обеспечения прав женщин. Во второй регрессионной модели в качестве экзогенного фактора выступает доля женщин в возрасте 15–49 лет, участвующих в принятии трех решений (собственное здравоохранение, крупные домашние покупки и посещение семьи) [3]. Уравнение регрессии имеет вид

$$Y = 6,8224 - 0,058480x_1, \quad (2)$$

где Y — суммарный коэффициент рождаемости, рождений на одну женщину; x_1 — доля женщин в возрасте 15–49 лет, участвующих в принятии трех решений (собственное здравоохранение, крупные домашние покупки и посещение семьи).

При росте доли женщин, принимающих участие в принятии трех решений, на 1 п.п. суммарный коэффициент рождаемости снижается в среднем на 0,058 рождений на одну женщину.

Значимым социальным фактором является также уровень грамотности женщин [4]. Регрессионная модель в целом по странам мира имеет вид:

$$Y = 8,09053 - 0,070234x_1, \quad (3)$$

где Y — суммарный коэффициент рождаемости, рождений на одну женщину; x_1 — уровень грамотности женщин старше 15 лет, %.

При увеличении уровня грамотности на 1 п.п. уровень рождаемости снижается в среднем на 0,07 рождений на одну женщину, или согласно коэффициенту эластичности при росте уровня грамотности на 1 % суммарный коэффициент рождаемости снизится на 1,1 %.

Стоит также отметить, что влияние грамотности на уровень рождаемости неодинаково и различается по территории [1, 4] (см. таблицу).

Регрессионные модели зависимости суммарного коэффициента рождаемости от уровня грамотности женщин по территории

Регион	Уравнение регрессии	Коэффициент детерминации, %
Арабские страны	$Y = 9,1235 - 0,094633x_1$	73,6
Восточная Азия и Тихий океан	$Y = 5,6826 - 0,043041x_1$	96,2
Европа и Центральная Азия	$Y = 7,7271 - 0,061893x_1$	40,3
Латинская Америка и Карибский бассейн	$Y = 16,61000 - 0,15850x_1$	95,9
Средний Восток и Северная Африка	$Y = 9,2174 - 0,09564x_1$	92,7
Южная Азия	$Y = 6,76295 - 0,073176x_1$	82,6
К югу от Сахары	$Y = 11,4825 - 0,12193x_1$	64,1

Как видно из таблицы, на территории Европы и Центральной Азии изучаемая взаимосвязь имеет низкий коэффициент детерминации (40,3 %), что объясняется наличием нелинейной связи. В Латинской Америке и южнее Сахары влияние уровня грамотности сильнее (при увеличении уровня грамотности на 1 п.п. суммарный коэффициент рождаемости снижается в среднем на 0,16 и 0,12 рождений на одну женщину соответственно). Однако коэффициент детерминации для модели, построенной по региону южнее Сахары, не является очень высоким (64,1 %). Это объясняется тем, что в среднем уровень грамотности женщин там заметно ниже. Территория Восточной Азии и Тихого океана характеризуется относительно невысокой рождаемостью: даже при допущении нулевого уровня грамотности суммарный коэффициент рождаемости будет равен 5,68 рождений на одну женщину.

Таким образом, исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод о наличии статистической зависимости между уровнем рождаемости и социальными факторами. Сравнение регрессионных моделей, построенных по данным различных регионов, показало, что степень влияния социальных факторов на уровень рождаемости территориально дифференцирована, что необходимо учитывать при разработке демографической политики стран отдельных регионов.

Источники

1. Суммарный коэффициент рождаемости [Электронный ресурс] // The world bank. — Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.TFRT.IN?view=chart>. — Дата доступа: 30.09.2019.
2. Распространенность контрацепции (любые методы) [Электронный ресурс] // The world bank. — Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.CONU.ZS?view=chart>. — Дата доступа: 30.09.2019.
3. Доля женщин в возрасте 15–49 лет, участвующих в принятии трех решений (собственное здравоохранение, крупные домашние покупки и посещение семьи) [Электронный ресурс] // The world bank. — Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/SG.DMK.ALLD.FN.ZS?view=chart>. — Дата доступа: 30.09.2019.
4. Уровень грамотности женщин старше 15 лет [Электронный ресурс] // The world bank. — Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/SE.ADT.LITR.FE.ZS?view=chart>. — Дата доступа: 30.09.2019.

A. C. Бутрим

Научный руководитель — доктор экономических наук Л. А. Сошникова

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ В РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗРЕЗЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе представлена статистическая оценка эффективности использования водных и лесных ресурсов в региональном разрезе Республики Беларусь на основе расчета показателя водоемкости ВВП (ВРП) и объема заготовки ликвидной древесины с 1 га рубок всех типов соответственно.

Одним из важнейших путей обеспечения устойчивого развития должно стать ресурсосбережение, снижение ресурсоемкости производства. Высокая ресурсоемкость экономики, существующая во многих странах, предопределяет возникновение ряда глобальных проблем человечества: грядущее истощение некоторых природных ресурсов, загрязнение окружающей среды, низкую эффективность хозяйства. В качестве показателя ресурсоемкости экономики используется отношение потребления того или иного природного ресурса и энергии к валовому внутреннему продукту (ВВП).

Базовая характеристика эффективности использования водных ресурсов экономикой — водоемкость ВВП [1, с. 30]. Водоемкость — это показатель, который определяет, сколько водных ресурсов нужно затратить для получения единицы ВВП. Динамика этого показателя может служить индикатором эффективности их использования (см. таблицу и рис. 1).

Водоемкость ВРП (в сопоставимых ценах 2010 г.) за 2010–2017 гг.
по областям Республики Беларусь, м³/тыс. руб.

Область	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Брестская	97,63	108,70	113,82	97,73	97,87	95,23	91,00	90,03
Витебская	77,25	81,05	78,23	79,07	75,89	78,63	77,19	69,10
Гомельская	64,28	67,85	70,44	58,99	55,05	53,74	48,24	44,30
Гродненская	54,09	51,86	50,68	50,85	60,92	62,71	63,73	60,76
г. Минск	12,53	11,96	12,91	11,80	11,55	10,95	9,93	8,70
Минская	102,57	96,26	92,80	89,06	80,37	59,09	72,38	69,67
Могилевская	58,41	55,20	51,51	50,49	51,62	49,88	54,17	47,07
Республика Беларусь	60,81	60,12	58,84	54,57	53,78	50,95	49,55	48,03

Источник: собственная разработка на основе [1, с. 97–99].

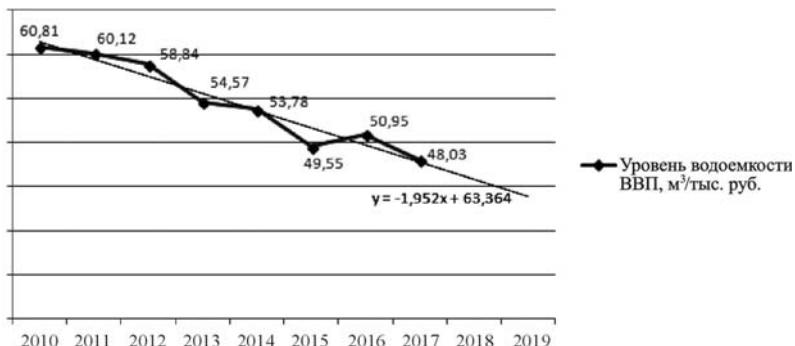


Рис. 1. Динамика уровня водоемкости ВВП Республики Беларусь за 2010–2017 гг., м³/руб.

Из анализа таблицы можно сделать вывод, что в Республике Беларусь за период с 2010 по 2017 г. происходит планомерное снижение водоемкости производства за счет внедрения ресурсосберегающих технологий, повышения объема оборотного водоснабжения, совершенствования технологического процесса, повышения эффективности водопользования, снижения потерь воды при транспортировке [2]. Сокращению объемов использования воды на производственные нужды способствовало внедрение приборного учета воды. В настоящее время приборным учетом по добывче (изъятию) воды охвачено 100 % объектов промышленности и 96 % сельскохозяйственных организаций. В частности, на уровне республики показатель водоемкости производ-

ства за отчетный период (2010–2017 гг.) снизился на 12,78 м³/тыс. руб. в абсолютном выражении, или на 21 % и в 2017 г. составил 48,03 м³/тыс. руб. Наибольшее снижение водоемкости за отчетный период в абсолютном выражении зафиксировано в Минской области (~32,1 %). Максимальное значение — в Брестской и Минской областях: 90,03 и 69,67 м³/тыс. руб. соответственно. Наименьшее — в городе Минске: 8,7 м³/тыс. руб. Данный факт обуславливается структурой производства: в Минске сосредоточено большое количество предприятий сферы услуг, которая характеризуется невысоким водопотреблением и значительным объемом прибыли, следовательно, низкой водоемкостью. Высокое значение водоемкости ВРП в Брестской области объясняется большим (порядка 15 %) удельным весом отрасли сельского, лесного, рыбного хозяйства в структуре ВРП по сравнению с другими областями, где доля данной отрасли в структуре ВРП несколько ниже.

В Республике Беларусь леса являются одним из основных возобновляемых природных ресурсов и важнейшим национальным богатством. Леса и лесные ресурсы имеют большое значение для устойчивого социально-экономического развития страны, обеспечения ее экономической, энергетической, экологической и продовольственной безопасности. Тем не менее с целью сбережения и приумножения лесных ресурсов лесохозяйственная отрасль нуждается в грамотном и постоянном контроле. Одним из показателей эффективности использования лесных ресурсов является объем заготовки ликвидной древесины с 1 га рубок всех типов. На уровень данного показателя оказывают прямое воздействие качество лесонасаждений, грамотность осуществления лесоустроительных мероприятий, уровень оснащенности лесохозяйственных учреждений современной техникой, внедрение инновационных технологий учета лесной продукции (рис. 2).

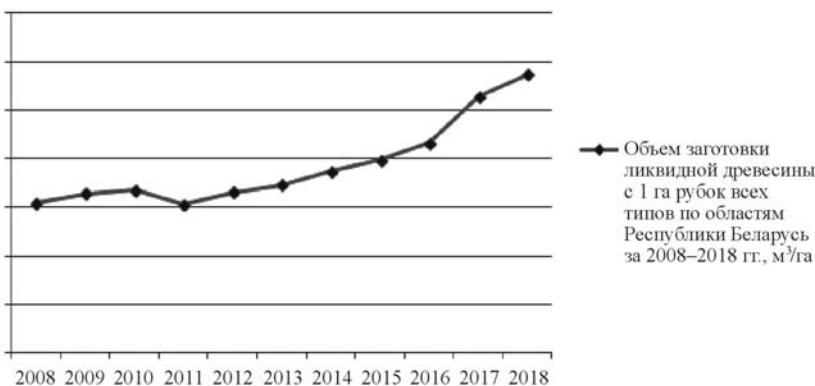


Рис. 2. Динамика объема заготовки ликвидной древесины с 1 га рубок всех типов в Республике Беларусь за период 2008–2018 гг., м³/га

Ликвидная древесина включает в себя деловую древесину и дрова. Деловая древесина — группа лесных материалов, вырабатываемых из древесины для нужд производства и населения в круглом виде или в виде сырья для дальнейшей обработки и химической переработки. Деловая древесина включает все сортименты, кроме дров, используемых для отопления [3]. За период с 2008 по 2018 г. объем заготавливаемой ликвидной древесины с 1 га всех типов рубок на уровне республики возрос на 85,4 % и в 2018 г. составил 57,3 м³/га. Среднее значение данного показателя в Республике Беларусь за исследуемый период составило 38,7 м³/га. Во всех областях республики, за исключением Брестской, среднее многолетнее значение рассматриваемого показателя соответствует среднему многолетнему уровню по стране в целом. В Брестской области указанный показатель эффективности использования лесных ресурсов демонстрирует крайне низкие значения — всего 36,5 м³/га в 2018 г. Аномально высокие уровни заготавливаемой ликвидной древесины с 1 га всех типов рубок, отмеченные в Гомельской области в 2017 и 2018 г., объясняются вовлечением в хозяйственный оборот спелых и перестойных насаждений, ранее не тронутых в виду произрастания на землях радиационного загрязнения.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Республике Беларусь эффективно реализуется политика снижения ресурсоемкости производства, о чем свидетельствует динамика рассчитанных показателей эффективности использования водных и лесных ресурсов. Так, уровень водоемкости в целом по Республике Беларусь за последние 10 лет снизился на 21 %, а объем заготовленной ликвидной древесины с 1 га рубок всех типов вырос на 85,4 %, составив в 2018 г. 57,3 м³/га.

Источники

1. Массеров, Д. А. Эколого-социально-географические основы устойчивого развития общества / Д. А. Массеров, А. В. Кирюшин, Ю. Д. Федотов // Науч. обозрение. — 2015. — № 8. — С. 29–33.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2018 [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/>. — Дата доступа: 02.09.2019.
3. Лесной кодекс Республики Беларусь : 24 дек. 2015 г., № 332-З : принят Палатой представителей 3 дек. 2014 г. : одобр. Советом Респ. 9 дек. 2014 г. — Минск : Амалфея, 2016. — 122 с.
4. Охрана окружающей среды в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2019. — С. 2–134.

Е. Д. Важник

Научный руководитель — кандидат социологических наук И. В. Лашук

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ОТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Статья посвящена исследованию теоретических аспектов развития малого и среднего бизнеса под влиянием социально-экономических факторов. Излагается характеристика предпринимательства, определяются различия между малым, средним и крупным бизнесом, выявляются социальные и экономические эффекты от развития малого и среднего бизнеса.

В условиях современной рыночной экономики предпринимательство начинает играть все большую роль в экономике. На данный момент это наиболее часто встречающаяся форма организации бизнес-структур. За последние несколько десятков лет в Республике Беларусь появились тысячи предпринимателей. Наибольшую долю среди всех форм занимает малый бизнес. Его вклад во внутренний валовой продукт (ВВП) страны составил 24,7 %. Именно поэтому изучение предпринимательства и социально-экономических процессов, которые с ним связаны, очень актуально в наше время. Приступая к рассмотрению тех социально-экономических явлений, которые непосредственно связаны с малым и средним предпринимательством (МСП), необходимо дать определение данного термина и выявить социально-экономические различия между малым и крупным предпринимательством.

Под термином «малое предпринимательство» понимают самостоятельную инициативу реально существующих субъектов экономики. Эта инициатива осуществляется с целью удовлетворения потребностей общества в определенной продукции и получения дохода в виде стабильной прибыли.

Исходя из вышеизложенного можно определить три наиболее значимых различия между субъектами МСП и крупным бизнесом:

1) малый и средний бизнес напрямую связан с потребителями, поэтому предприниматель старается удовлетворить потребности каждого клиента в отдельности, а в случае с крупными фирмами удовлетворение потребностей людей уступает место стремлению максимизировать получаемую прибыль;

2) конкуренция среди субъектов МСП в разы выше, нежели среди субъектов крупного бизнеса. Среди субъектов МСП возникновение таких явлений, как монополия, просто невозможно, чего нельзя сказать о субъектах крупного бизнеса, которые зачастую становятся монополистами и уровень их дохода существенно выше, нежели у представителей малого и среднего предпринимательства;

3) субъектом малого бизнеса в любом случае выступает реальный человек — физическое лицо, а в случае с крупным бизнесом субъект предпринимательства является лицом юридическим.

В Республике Беларусь малое предпринимательство (МП) стало выходить на первые позиции в экономике в связи с отказом страны от командно-административной системы и переходом к рыночным отношениям. В настоящее время, несмотря на кризисные условия, государственная политика Республики Беларусь нацелена на дальнейшую реализацию экономической сферы, а также создание более благоприятных условий для ведения бизнеса: уменьшение количества барьеров, которые нужно пройти для входа на рынок, рационализация системы налогообложения и разработка новых законопроектов для поддержки малого предпринимательства. В нашей стране, безусловно, понимают, что предпринимательская деятельность — это неотъемлемый элемент рыночной экономики. И если этот элемент будет успешно развиваться и функционировать, то будет развиваться и вся экономика, что в свою очередь должно привести к увеличению значимости малого предпринимательства в обществе.

Малое предпринимательство — это составная часть абсолютно любой рыночной экономической системы. Причем эта часть выполняет ряд значимых социально-экономических функций:

1) увеличение доли экономически активного населения, что делает разницу между бедными и богатыми слоями населения не столь существенной и нейтрализует диспропорции среди различных социальных групп [1];

2) увеличение количества собственников, которые составляют костяк так называемого среднего класса, который в современных демократических государствах является своеобразной подушкой безопасности, барьером между бедными и богатыми и обеспечивает политическую и социальную устойчивость общества;

3) создание большого количества рабочих мест с низкими капитальными затратами. Так как в постиндустриальном обществе на первое место вышла сфера услуг и как раз именно в ней ресурсы, которые необходимы для трудоустройства работника, относительно не высоки;

4) отбор наиболее мотивированных и способных личностей, которые в дальнейшем смогут поддерживать сектор малого предпринимательства и которые могут реализовать свои способности посредством осуществления предпринимательской деятельности;

5) создание рабочих мест для тех работников, которые попали под сокращение в государственном секторе экономики, а если бизнес является еще и социально ответственным, то может предоставлять рабочие места для уязвимых групп населения (беженцы, инвалиды различных категорий и т.д.);

6) проектирование и внедрение в практическое применение новых технических, технологических и организационных инноваций, так как в процессе конкуренции на рынке именно малые фирмы склонны чаще рисковать, чтобы понравиться потенциальным потребителям;

7) мобилизация и использование в обороте тех природных и финансовых ресурсов, которые остались бы неиспользованными ввиду того, что они просто не интересны большим предприятиям и корпорациям;

8) стимулирование деятельности крупных компаний, так как в современных условиях большинство наукоемких производств приходится на долю именно малого бизнеса, это заставляет крупные предприятия оглядываться и постоянно следить за развитием более мелких форм хозяйствования, одновременно повышая качество своей продукции, чтобы не растерять доверие потребителей;

9) снижение фондовооруженности и капиталоемкости при выпуске более трудоемкой продукции, быстрая окупаемость вложенных в производственный процесс средств;

10) малый и средний бизнес выполняет функцию связующего звена между различными секторами экономической сферы.

Основываясь на вышеизложенном материале, можно сделать вывод, что экономический эффект от развития малого и среднего предпринимательства состоит в том, чтобы повышать свою долю в уровне валового внутреннего продукта страны. В развитых странах эта доля составляет около 60 % общей суммы, в Республике Беларусь по данным на 2017 г. данная цифра составила 24,8 %, что указывает на недостаточный уровень развития малого и среднего бизнеса в нашей стране [2]. Также в сфере малого бизнеса осуществляется множество инвестиций, происходят поступления в бюджет за счет выплаты налогов (в Республике Беларусь данный показатель за 2017 г. составил 32,7 % общего количества поступлений в бюджет), а также в процессе развития малого и среднего бизнеса сокращается уровень безработицы в обществе [3].

В свою очередь социальный эффект от развития малого и среднего предпринимательства выражается в том, что в процессе его развития формируется мощный средний класс, который выполняет роль своеобразной «подушки безопасности» общества. Растут уровень и качество жизни населения, снижается уровень дифференциации доходов в обществе. Посредством развития малого и среднего бизнеса формируется стабильный фундамент общества, так как именно малый бизнес является одним из основных способов демократизации частной собственности и формирования класса собственников.

Источники

1. Информационно-аналитические материалы о развитии малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь в 2017 г. [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://economy.gov.by/ru/infam-ru>. — Дата доступа: 04.03.2019.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 16.02.2019.

3. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/small_business/state-support-for-small-business. — Дата доступа: 16.02.2019.

Е. Д. Важник, А. А. Шпаковская

Научный руководитель — кандидат социологических наук И. В. Лашук

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье рассмотрены преимущества и недостатки малого и среднего бизнеса в современных условиях, а также их влияние на развитие социальной и экономической сфер общества.

Влияние малого и среднего бизнеса на экономику очень велико, поскольку без бизнеса рыночной экономике невозможно нормально функционировать и развиваться.

Малый бизнес в рыночной экономике — ведущее направление, формирующее и определяющее практически все ее аспекты начиная с темпов экономического роста и заканчивая увеличением доли валового национального продукта. Причем в странах, где малый бизнес очень развит, на его долю приходится порядка 60–70 % ВНП, поэтому в большинстве стран деятельность предпринимателей считается очень важной и всячески поощряется.

Малый бизнес также влияет на развитие конкуренции, в этом его огромное положительное значение, так как экономика в нашей стране крайне монополизирована и очень важно разнообразить ее новыми производителями и поставщиками продукции. В результате конкуренция пошатнет позиции монополистов, да и качество предлагаемой продукции существенно повысится.

Помимо этого, малый и средний бизнес имеет ряд очень важных достоинств [1, с. 65]:

1) увеличение доли экономически активного населения, что делает разницу между бедными и богатыми слоями населения не столь существенной и нейтрализует диспропорции среди различных социальных групп;

2) увеличение количества собственников, которые составляют костяк так называемого среднего класса, который в современных демократических государствах является своеобразной подушкой безопасности, барьером между бедными и богатыми и обеспечивает политическую и социальную устойчивость обществу;

3) создание большого количества рабочих мест с низкими капитальными затратами. Так как в постиндустриальном обществе на первое место вышла сфера услуг и как раз именно в ней ресурсы, которые необходимы для трудоустройства работника, относительно невысоки;

4) отбор наиболее мотивированных и способных личностей, которые в дальнейшем смогут поддерживать сектор малого предпринимательства и которые могут реализовать свои способности посредством осуществления предпринимательской деятельности;

5) создание рабочих мест для тех работников, которые попали под сокращение в государственном секторе экономики, а если бизнес является еще и

социально ответственным, то может предоставлять рабочие места для уязвимых групп населения (беженцы, инвалиды различных категорий и т.д.);

6) проектирование и внедрение в практическое применение новых технических, технологических и организационных инноваций, так как в процессе конкуренции на рынке именно малые фирмы склонны чаще рисковать, чтобы понравится потенциальным потребителям;

7) мобилизация и использование в обороте тех природных и финансовых ресурсов, которые остались бы неиспользованными ввиду того, что они просто не интересны большим предприятиям и корпорациям;

8) стимуляция деятельности крупных компаний, так как в современных условиях большинство наукоемких производств приходится на долю именно малого бизнеса, это заставляет крупные предприятия оглядываться и постоянно следить за развитием более мелких форм хозяйствования, одновременно повышая качество своей продукции, чтобы не растерять доверие потребителей;

9) снижение фондооруженности и капиталоемкости при выпуске более трудоемкой продукции, быстрая окупаемость вложенных в производственный процесс средств (например, в США у компаний с числом занятых менее 100 чел. продажи на доллар активов больше, чем у крупных компаний, в различных сферах бизнеса начиная транспортом и заканчивая обрабатывающей промышленностью) [2, с. 16];

10) малый и средний бизнес выполняет функцию связующего звена между различными секторами экономической сферы.

Малый и средний бизнес при всех очевидных преимуществах также имеет и ряд существенных недостатков — рисуют и «прогорают» субъекты малого бизнеса куда чаще, чем крупные корпорации, да и цикл их существования на рынке куда более короткий. Эта тенденция сохраняется даже в экономически развитых странах.

Кроме того, кредиторы и инвесторы всегда предпочтут малой или средней фирме крупную корпорацию, так как всегда выгоднее инвестировать в стабильное и устойчивое предприятие, нежели в маленькую компанию. Как государственные, так и коммерческие банки, неохотно выдают им кредиты и ссуды на реализацию их экономических потребностей или расширение своего предприятия [3, с. 34]. А если и предоставляют кредит, то его процентная ставка очень высока, что в конечном счете повышает себестоимость продукции, и предприниматель вынужден продавать ее по более высокой цене, нежели планировал изначально. Также отсутствие кредитования затрудняет расширение и модернизацию производства.

Небольшим субъектам предпринимательства намного труднее справиться с экспортом своей продукции и связанными с ним валютными операциями. Также они не могут провести широкомасштабные маркетинговые кампании для рекламы и продвижения своей продукции. Им труднее подобрать себе квалифицированный персонал ввиду того, что не всегда могут обеспечить таким работникам достойную заработную плату. Они в большей степени, чем

крупные корпорации, чувствительны к социальным и экономическим потрясениям в обществе. Например, в случае инфляции как только уровень издержек малого предприятия превысил уровень доходов можно считать, что оно потерпело крах. Так как при отсутствии финансирования из внешних источников у него очень мало шансов снова «встать на ноги». Еще следует отметить тот факт, что малые предприятия ввиду своей нестабильности редко осуществляют деятельность, связанную с планированием. Немногие индивидуальные предприниматели в Республике Беларусь осуществляют производственное планирование, в то время как стратегическое не осуществляют практически никто.

Еще одним существенным недостатком по праву можно считать высокий уровень конкуренции, из-за которого многие предприятия просто прекращают свою деятельность, не выдержав рыночной гонки.

Если обобщить материал, который был изложен выше, можно выделить основные недостатки малого бизнеса [4, с. 48]:

- 1) слабая компетентность руководителей;
- 2) повышенная чувствительность к колебаниям социальной и экономической среды ведения бизнеса;
- 3) трудности с получением кредитов и государственных займов;
- 4) трудности с получением инвестиций, как отечественных, так и зарубежных;
- 5) высокий уровень риска, а следовательно, крайне неустойчивое положение на рынке;
- 6) формальная зависимость от более крупных компаний, например, при осуществлении экспортта своей продукции;
- 7) неуверенность в завтрашнем дне и поэтому излишняя осторожность при заключении договоров, субъекты малого бизнеса вынуждены часто отказываться от выгодных предложений, так как не имеют достаточно полной информации о сложившейся на рынке ситуации.

Как показывает практика, большинство фиаско малых и средних предприятий связаны с отсутствием опыта управления или отсутствием необходимых знаний и компетенций у их непосредственных руководителей.

Со временем шансы малой фирмы на выживание в рыночной среде увеличиваются, так как владелец постепенно набирается управленческого опыта, становится более компетентным руководителем, фирма начинает получать все больший и больший доход. С течением времени небольшая фирма может стать достаточно крупным предприятием. Так как рыночная среда постоянно изменяется, то только те предприятия, которые сумеют постоянно приспособливаться к быстро меняющимся условиям, в дальнейшем становятся успешными.

Достаточно трудно переоценить значимость развития малого и среднего предпринимательства (МСП) для нашей страны, так как именно эти формы хозяйствования способны в корне и без больших вложений капитала расширить производственную сферу; увеличить количество выпускаемых товаров

и услуг в первую очередь для обеспечения бедных слоев населения; решить проблему безработицы и занятости; ускорить развитие наукоемких производств и самого научно-технического процесса в целом.

Источники

1. Арутамов, Э. А. Основы бизнеса / Э. А. Арутамов. — М. : Дашков и К°, 2009. — 229 с.
2. Бородина, В. В. Малые предприятия / В. В. Бородина. — М. : Книж. мир, 2007. — 367 с.
3. Власова, В. М. Основы предпринимательской деятельности / В. М. Власова. — М. : ИНФРА-М, 2009. — 367 с.
4. Гуцол, О. С. Экономическое взаимодействие крупного и малого бизнеса в Республике Беларусь / О. С. Гуцол // Белорус. экон. журн. — 2011. — № 2. — 68 с.

П. И. Василюк, Р. А. Боровик

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. А. Смольская

КРИТЕРИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В условиях ограниченности собственной ресурсной базы актуальными для Республики Беларусь являются проблемы энергетической безопасности. Республика Беларусь входит в двадцатку наиболее энергозависимых стран мира. Энергетическая зависимость республики составляет 86 % (отношение чистого импорта топливно-энергетических ресурсов к их валовому потреблению). В связи с этим вопросы повышения энергетической безопасности являются особенно актуальными.

Энергетическая безопасность — это гарантия надежного и бесперебойного энергоснабжения страны, необходимого для устойчивого развития экономики в нормальных условиях и минимизации ущерба в чрезвычайных ситуациях.

Необходимыми условиями достижения энергетической независимости и безопасности государства являются не только наличие запасов топлива, надежность и долговечность оборудования, но и выполнение определенных критериев.

Первый критерий — это необходимость диверсификации источников поставки топлива — поставки не должны осуществляться одним доминирующим поставщиком.

Западные стандарты энергобезопасности предусматривают поставки каждого вида топлива как минимум от двух и более поставщиков. Сейчас в Беларуси этот критерий не соблюдается в силу того, что практически все топливо для энергосистемы поставляется в основном из России. К 2030 г. соглас-

но НСУР-2030 предусматривается снижение доли доминирующего поставщика в общем объеме импорта ТЭР до 75 %. На сегодняшний день прослеживается положительная тенденция в направлении роста энергетической безопасности страны по данному критерию. За период с 2014 по 2018 г. показатель энергетической безопасности вырос с 13,4 до 15,6 %, что говорит о правильной политике в области повышения энергобезопасности.

Второй критерий — энергетика страны не должна развиваться и работать на одном доминирующем виде топлива, должны быть задействованы различные виды энергоресурсов. Исходя из критерия энергетической безопасности, западные стандарты энергобезопасности предусматривают три вида топлива и доля доминирующего топлива не должна превышать 60 %. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь в структуре валового потребления топливно-энергетических ресурсов наибольшую долю занимает природный газ — 62 %, нефть — 29 %, биотопливо и отходы — 6 %, уголь и торф — 3 %. Однако если проследить динамику доли природного газа в общем объеме ТЭР, видно, что за период с 2014 г. она имеет тенденцию к повышению — с 59,3 до 62 %, что, очевидно, является негативным. Планируется, что проблему диверсификации источников энергии позволит решить ввод в эксплуатацию Белорусской АЭС. С вводом в эксплуатацию двух блоков Белорусской АЭС к 2020 г. доля доминирующего топлива снизится с 62 до 52 %.

Третий критерий — для обеспечения энергетической безопасности государства должен быть создан резерв — избыток, как в структуре генерирующих мощностей, так и в электросетях не менее 15 % по сравнению с пиковой нагрузкой.

Этот критерий в республике выполняется в силу того, что износ основных фондов энергетического оборудования достаточно большой и оно работает с неполной нагрузкой.

Одним из направлений повышения энергетической безопасности страны в соответствии с НСУР-2030 является рост добычи первичной энергии из возобновляемых источников. Несмотря на незначительный удельный вес производства электрической энергии за счет использования возобновляемых источников в общем объеме производства электрической энергии (1,14 % всей произведенной электроэнергии в стране в 2017 г.), следует отметить рост этого показателя почти в три раза за 2010–2018 гг.

Анализ вышеизложенного позволяет сделать вывод о наличии положительных тенденций на пути к энергетической безопасности страны.

На наш взгляд, основными стратегическими ориентирами НСУР-2035 в развитии топливно-энергетического комплекса и повышении энергоэффективности экономики должны стать: энергетическая безопасность, энергетическая эффективность, экономическая эффективность энергетики, экологическая безопасность энергетики.

Перспективными направлениями развития белорусской энергетики должны стать:

- научное сопровождение и развитие атомной энергетики;

- рост энергоэффективности экономики и создание кластера электроемких инновационных производств, переход на электрообогрев помещений в жилищном строительстве и внедрение накопительных устройств;
- повышение уровня безопасности ядерных и радиационных технологий для гарантированного функционирования АЭС на всех стадиях топливного цикла;
- расширение использования технологий возобновляемой энергетики (в том числе биоэнергетики, ветроэнергетики, энергии солнца);
- внедрение технологий смарт-энергетики, включая развитие активно-адаптивных интеллектуальных электросетей;
- создание мощностей по производству альтернативного топлива из твердых коммунальных отходов. Благодаря таким преимуществам, как сокращение объемов захораниваемых отходов и потребление импортируемых источников энергии (уголь, нефтепродукты, газ), применение RDF-топлива широко распространено в развитых странах, в том числе странах Европейского союза;
- развитие и повышение эффективности беспроводной передачи энергии.

При этом для каждого показателя необходимо разработать экономически обоснованные прогнозируемые значения до 2035 г.

При разработке НСУР-2035 необходимо учитывать прогнозы развития мировой энергетики до 2035 г., согласно которым энергетика останется преимущественно углеродной, т.е. доминирование углеводородного сырья. В то же время более вероятен сценарий многоукладного развития, при котором традиционные и нетрадиционные углеводороды, ВИЭ, биотопливо, атомная энергетика будут использоваться для производства тепловой и электрической энергии для всех категорий потребителей [1–3].

Источники

1. Смольская, Н. А. Проблемы обеспечения энергетической безопасности и оценка перспектив их решения в Республике Беларусь / Н. А. Смольская // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (глав. ред.) [и др.]. — Минск, 2017. — Вып. 10. — С. 408–414.
2. Об утверждении Государственной программы «Энергосбережение» на 2016–2020 годы : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 28 марта 2016 г., № 248 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2016. — № 15. — 5/41892.
3. Энергетика [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/energeticheskaya-statistika/>. — Дата доступа: 13.10.2019.

А. Ю. Величко

Научный руководитель — кандидат исторических наук Г. П. Бушник

ВЪЕЗДНОЙ И ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (2011–2018 гг.)

В современном мире туризм является одним из наиболее значимых и перспективных направлений хозяйственной деятельности. Возникает необходимость постоянного пополнения знаний об этой отрасли. Объектом исследования является развитие туризма в Республике Беларусь, предметом исследования — въездной и выездной туризм в Республике Беларусь в 2011–2018 гг. Цель научной статьи — проанализировать туристические ресурсы Республики Беларусь, оценить динамику, основные направления и итоги развития въездного и выездного туризма в Беларуси. В качестве источников использованы статистические сборники Национального статистического комитета Республики Беларусь, Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы, научные публикации.

Важнейшими туристическими объектами Беларуси стали уникальные природные комплексы — Березинский биосферный заповедник, национальные парки — Припятский, Нарочанский, Беловежская пуща, Браславские озера [1, с. 16]. Историко-культурными ресурсами для успешного развития туризма в Беларуси являются более 16 тысяч исторических и культурных объектов, которые представляют собой материальное и духовное наследие страны, дают возможность разработки конкурентоспособного туристического продукта, «белорусского бренда» [2, с. 8]. В Список Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО входят четыре архитектурных, историко-культурных и природных памятника Беларуси: 1) Национальный парк «Беловежская пуща» (как природный трансграничный объект совместно с Республикой Польша, с 1992 г.); 2) замковый комплекс «Мир» (г. п. Мир Кореличского района Гродненской области, с 2000 г.); 3) архитектурно-культурный комплекс бывшей резиденции Радзивиллов в г. Несвиже (Минская область, с 2005 г.); 4) Дуга Струве (трансграничный объект, 19 топографических точек которого расположены на территории Беларуси; с 2005 г.) [1, с. 15]. Значительный интерес вызывают туристические маршруты «Дорогами викингов», «По древним столицам Беларуси», «Белорусское барокко» и многие другие [3, с. 77]. В 2018 г. в Беларуси было 490 санаторно-курортных и оздоровительных организаций, 2037 объектов агротуризма — [4]. Были выделены курортные зоны, лечебно-оздоровительные местности, специальные туристско-рекреационные парки: курортная зона Нарочанского региона; курорты «Горваль», «Ждановичи», «Новоельня»; парки «Браславский», «Днепр», и др.

В 2018 г. в Беларуси было 1482 организации, которые осуществляли туристическую деятельность, что почти в два раза превышает данный показатель (791 организация) по отношению к 2011 г. [3, с. 19; 5, с. 20, подсчитано ав-

тором]. Численность трудовых ресурсов, занятых в сфере туризма в 2018 г., составила 5,6 % списочной численности занятых в экономике страны [5, с. 20].

Число туристов, посетивших Республику Беларусь в 2011–2018 гг., увеличилось в 3,2 раза (со 116,0 до 365,5 тыс. чел.). Число белорусских туристов, выехавших за рубеж, возросло в 2,7 раза (с 319,8 до 850,7 тыс. чел.) [1, с. 25; 6, с. 54, подсчитано автором]. Таким образом, въездной туризм рос в стране более интенсивно, чем выездной, что можно оценить положительно. Однако в 2018 г. число выехавших за рубеж туристов было в 2,3 раза больше, чем выехавших в Беларусь (в 2011 г. было больше в 2,8 раза), что свидетельствует о значительной актуальности проблемы развития въездного туризма для Беларуси. Среднегодовая численность туристов, посетивших Республику Беларусь в период с 2011 по 2018 г. включительно, составила 206,4 тыс. чел. [1, с. 26; 5, с. 29, посчитано автором]. Среднегодовая численность туристов Республики Беларусь, выехавших за рубеж за аналогичный период, составила 634,3 тыс. чел. [1, с. 26; 5, с. 29, подсчитано автором].

В 2011–2018 гг. повышалась стоимость въездных и выездных туров. Однако стоимость туров иностранных туристов, посетивших Республику Беларусь в этот период, выросла в 4,5 раза; а стоимость туров, оплаченных гражданами Республики Беларусь, увеличилась в 11,6 раза [1, с. 23; 5, с. 26, подсчитано автором]. Стоимость тура для наших соотечественников за рубежом в расчете на одного туриста также постоянно возрастала, что усугубляло для страны проблему отрицательного сальдо в туристической отрасли. Средняя продолжительность пребывания туристов в Республике Беларусь и за рубежом остается постоянной, она составляет соответственно 4–5 и 8–9 дней [1, с. 23]. Это ставит задачу — привлечь иностранных туристов новыми интересными предложениями для продления их срока пребывания в Беларуси.

Традиционно наибольшее число туристов приезжает в Республику Беларусь из Российской Федерации, в 2018 г. — 207,4 тыс. чел. (56,7 %). В этом же году на втором месте по числу приехавших в Беларусь туристов были граждане Литвы — 59,6 тыс. чел. (16,3 %), на третьем — Польши — 46,3 тыс. чел. (12,7 %) [5, с. 30, подсчитано автором]. Результаты исследования показывают, что в Беларусь в основном приезжают туристы из приграничных стран, с которыми наших жителей связывают традиционные тесные экономические, культурные, родственные отношения. Следует уделять больше внимания развитию инфраструктуры и рекламы для привлечения туристов также дальнего зарубежья, которые смогут увидеть много нового и интересного для себя в нашей стране, познакомиться с ее историей и культурой, полюбоваться замечательной природой, укрепить свое здоровье.

Наибольшее число туристов из Беларуси предпочитает отдыхать в теплых странах. В 2018 г. на отдых в Египет ездили 212,0 тыс. чел. (24,9 %), в Турцию — 151,4 тыс. чел. (17,8), в Украину — 122,1 тыс. чел. (14,4 %) [5, с. 31, подсчитано автором]. Эти страны, а также Болгария, Россия, Испания, Греция традиционно популярны среди жителей Беларуси как места для отдыха и путешествий. Примечательно, что кроме Украины и России в другие страны

СНГ выезжает совсем мало туристов из Беларуси. Например, в 2018 г. в Казахстан выезжали 164 человека (0,02 %), а другие страны СНГ даже не отмечены в тематическом статистическом сборнике [5, с. 31, подсчитано автором].

Таким образом, важнейшей задачей туристической отрасли хозяйства страны является развитие въездного туризма в Республике Беларусь и выход на положительное сальдо в сфере внешнеэкономической туристической деятельности. Для этого необходимо развивать туристическую инфраструктуру, сервис, популярные виды туристических услуг (оздоровительный, медицинский, спортивный, промышленный, агротуризм и другие актуальные направления туристической деятельности). Необходимо более активно рекламировать возможности белорусского туристического бизнеса и далее разумно облегчать визовый режим въезда туристов для увеличения их числа, что имеет большое значение для развития экономики страны.

Источники

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2018. — 72 с.
2. Адамчик, К. Н. Становление и развитие туризма в Республике Беларусь: социологический анализ : автореф. дис. ... канд. социол. наук / К. Н. Адамчик ; Белорус. гос. ун-т. — Минск, 2010. — 23 с.
3. Гайдукевич, Л. М. Туризм Беларуси — трудный поиск нового облика / Л. М. Гайдукевич // Белорус. журн. междунар. права и междунар. отношений. — 2000. — № 4. — С. 76–78.
4. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600232>. — Дата доступа: 29.09.2019.
5. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2019 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2019. — 76 с.
6. Беларусь в цифрах, 2019 : стат. справ. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2019. — 71 с.

M. В. Войтеховская

Научный руководитель — кандидат юридических наук И. П. Манкевич

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В работе автор на основе анализа законодательства об охране окружающей среды обосновывает необходимость развития экологической направленности образования в Республике Беларусь. Предлагается разработка комплексного источника.

На сегодняшний день в стране неблагоприятная экологическая ситуация продолжает оставаться одной из острых проблем. Среди причин кризисного состояния низкий уровень правосознания, экологических знаний и культуры граждан, все это позволяет судить об уровне экологического образования. Для решения данной проблемы необходим комплекс мер, в том числе и законодательных.

Единого понятия термина экологического образования в настоящее время нет. Первая конференция по экологическому образованию, которая проходила в 1970 г. в Неваде, США, определила, что экологическое образование — процесс осознания человеком ценности окружающей среды и уточнение основных положений, необходимых для получения знаний и умений, для понимания и признания взаимной зависимости между человеком, его культурой и его биофизическим окружением [1].

Свои определения высказывают в том числе и ученые. Например, И. Д. Зверев: «процесс «формирования человека как субъекта отношений и активности, как ответственного индивида, наделенного свободой воли и способностью принимать экологически целесообразные решения» [2, с. 28].

С. А. Балащенко и О. В. Мороз считают, что это процесс и результат овладения знаниями, умениями и навыками в сфере состояния окружающей среды, воздействия на окружающую среду, а также последствий ее изменения [3].

Законодательство Республики Беларусь не содержит такого понятия, как «экологическое образование». Однако ряд источников предполагает закрепление норм в данной сфере.

Особое место во всей системе правового регулирования занимает Конституция Республики Беларусь, которая провозглашает право на благоприятную окружающую среду и на возмещение вреда, причиненного нарушением этого права, право граждан Республики Беларусь на охрану здоровья, которое обеспечивается также мерами по оздоровлению окружающей среды [4]. При этом закреплено, что охрана природной среды — долг каждого.

Законом Республики Беларусь от 26 ноября 1992 г. № 1982-XII «Об охране окружающей среды» в качестве одного из принципов охраны окружающей среды предусмотрено обеспечение пропаганды знаний в области охраны окружающей среды и природопользования и формирование экологической культуры [5]. Статья 75 предусматривает развитие экологического образования: «Образование граждан в области охраны окружающей среды и природопользования обеспечивается путем включения в учебно-программную документацию образовательных программ основ знаний в области охраны окружающей среды и природопользования».

Что касается кодифицированных источников, то в первую очередь это Кодекс Республики Беларусь об образовании, где образование понимается как обучение и воспитание в интересах личности, общества и государства, направленные на усвоение знаний, умений, навыков, формирование гармоничной, разносторонне развитой личности обучающегося [6]. Статья 2 в качестве

основ государственной политики закрепляет в том числе и экологическую направленность образования. Отдельно выделена роль воспитания в системе образования, где одной из задач определено формирование экологической культуры. При этом законодатель придерживается точки зрения, что экологическое воспитание, направленное на формирование у обучающегося ценностного отношения к природе, является основным составляющим воспитания.

Проанализировав законодательство, можно сделать вывод, что косвенно нормы об экологическом образовании закреплены в действующей правовой системе Республики Беларусь, однако наблюдается их разрозненность.

Таким образом, на данном этапе необходимо дополнить Закон Республики Беларусь от 26 ноября 1992 г. № 1982-XII «Об охране окружающей среды» нормами об экологическом образовании. В перспективе предлагаем разработать отдельный комплексный источник об экологическом образовании. В данном акте следует закрепить основные понятия, принципы, признаки, цели и задачи экологического образования. Определить органы, которые будут осуществлять государственное управление в данной сфере. Детально регламентировать права и обязанности граждан, с указанием на предусмотренную ответственность за нарушение своих обязанностей, а также обратить внимание на финансовое обеспечение развития экологического образования, воспитания, просвещения.

Источники

1. Афанасьева, С. В. Становление и развитие экологического образования и просвещения [Электронный ресурс] / С. В. Афанасьева // Вестн. ПГУ им. Шолом-Алейхема. — 2010. — № 2. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-i-razvitiye-ekologicheskogo-obrazovaniya-i-prosvescheniya>. — Дата доступа: 13.10.2019.
2. Зверев, И. Д. О приоритетах экологического образования / И. Д. Зверев // Экологическое образование в России: теоретические аспекты. — М., 1997. — С. 28.
3. Балащенко, С. А. Экологическое образование / С. А. Балащенко, О. В. Мороз // Белорус. юрид. энцикл. : в 4 т. — Минск, 2013. — Т. 4. Т—Я. — С. 262.
4. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятыми на Респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 1999. — № 1. — 1/0; 2004. — № 188. — 1/6032.
5. Об охране окружающей среды [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 26 нояб. 1992 г., № 1982-XII : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
6. Кодекс Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс] : 13 янв. 2011 г., № 234-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 23.07.2019 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

С. И. Волков

Научный руководитель — кандидат социологических наук Г. Ф. Бедулина

ПРЕСТИЖНАЯ РЕКЛАМА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ

В статье рассмотрен феномен престижной рекламы как фактор развития рекламного рынка Беларуси. Проанализировано становление и развитие рекламы в Беларуси в постсоветское время. Также статья показывает ряд проблем, с которыми столкнулся рекламный рынок Республики Беларусь, и пути их решения.

В современном мире институт рекламы играет важнейшую роль для сохранения и упрочнения позиций предприятия на рынке. Реклама — это важнейший инструмент маркетинговой стратегии, который позволяет организации выйти на потенциального потребителя. В реалиях современного общества потребления помимо всего реклама является основополагающим фактором формирования общественного мнения.

Зарождение современного белорусского рынка рекламы произошло примерно в 90-е гг. прошлого века. В тот период его значительную часть занимала зарубежная реклама. Так, на телевидении и радио долгое время преобладала рекламная продукция импортируемых в страну товаров (автомобили, сигареты, косметика и т.д.). Белорусские товары редко становились объектом рекламы, а сама белорусская рекламная продукция серьезно уступала по качеству своим зарубежным конкурентам. Однако с течением времени качество и ассортимент белорусской рекламы стали улучшаться, о чем свидетельствуют результаты маркетинговых и социологических исследований того времени. Респонденты начали замечать не только информационную часть рекламы, но и высоко оценивать ее эстетическую сторону.

В качестве крупнейших игроков на белорусском рекламном рынке появились различные агентства и компании. Так, в 2014 г. в Беларуси успешно работали такие крупные рекламные компании, как «Олимп-Медиа» (г. Минск), Белвнешреклама (г. Минск), «Холидэй Маркет» (г. Минск), iXBT (г. Минск), TDI (г. Минск), LCD-MEDIA (г. Минск), ООО «Фабрика рекламы» (г. Минск), рекламное агентство «Мегаполис» (г. Минск) [1, с.125]. Многие из них работают сегодня, а качество рекламы белорусских компаний вплотную приблизилось к общемировым стандартам, что позволяет надеяться на широкий экспорт белорусской рекламной продукции в зарубежные страны.

Вместе с тем наиболее важной проблемой для белорусского рынка рекламы является медленное развитие национальной экономики, ведь именно отечественные фирмы и предприятия являются основными заказчиками рекламы, предназначеннной для «домашнего потребления». Так, значительным ограничителем развития рекламной отрасли в Беларуси является экономическая ситуация в стране в целом, которая характеризуется низкой покупательной способностью значительной части населения и умеренным ростом объе-

ма производства товаров. В данных условиях весьма трудно добиться повышения спроса на продукцию рекламы, что является существенным минусом для развития рекламного бизнеса в стране. Кроме того, немаловажным фактором, который ограничивает развитие рекламного рынка в Беларуси, является нехватка высококвалифицированных кадров в данной области [2].

Белорусский рынок становится все более привлекательным для иностранных инвесторов. Существуют перспективы увеличения иностранных и местных капиталовложений в белорусский рекламный бизнес. В настоящее время рекламные агентства являются скорее инновационными и динамичными брендами, чем организациями. Стоит отметить растущую прозрачность рекламного рынка, что положительно влияет на привлечение международных рекламных агентств в белорусское медицинское пространство и на рост конкуренции между производителями рекламной продукции. Одновременно меняется и структура рекламного контента: если раньше в СМИ преобладала реклама пива, шоколадных батончиков и жевательной резинки, то сегодня лидирующие позиции занимает реклама высокотехнологичных брендов, услуг мобильной связи, промо-акций и т.п. При благоприятном экономическом развитии, главенствующие позиции на рынке должна занять реклама автомобильного транспорта, торговых сетей, финансовых и страховых услуг.

Если говорить о каналах распространения рекламы, то классическими из них являются телевидение, радио и печатные издания. При этом ключевые позиции занимает телевидение, переход которого на цифровой формат вещания позволяет резко повысить качество обслуживания населения. Так, уже в сентябре 2014 г. территориальный охват республики цифровым телевизионным вещанием стандарта DVB-T составляет 97,8 % [2]. На белорусском телевидении появились тематические телеканалы («Беларусь5», «Беларусь3», «Беларусь24»), а также расширился диапазон их вещания, что позволяет повысить узнаваемость белорусских каналов за рубежом и качество контента. Таким образом, среди всех белорусских телевизионных СМИ наблюдается специализация ресурсов информирования и персонализация потребления массовой информации, что соответствует мировой практике.

Вместе с тем в условиях конкуренции рекламодателям приходится искать новые способы преподнесения рекламной продукции аудитории. В этом аспекте огромный интерес представляет Интернет, развитие которого в стране по данным Международного союза электросвязи идет бурными темпами. Так, две трети населения страны являются пользователями стационарного Интернета, хотя еще в 2010 г. данный показатель был на отметке 46,1 %, или 4,4 млн чел. [2]. При этом наблюдается постепенное развитие мобильного Интернета, доля абонентов которого в 2014 г. составляла 67 % общего числа зарегистрированных абонентов сети Интернет (в 2010 г. — 59 %) [2]. В настоящее время этот показатель значительно вырос.

Современный белорусский рынок рекламы представляет собой достаточно сложное образование, определенное место на котором занимает престижная реклама. Данный вид рекламы представляет собой представление

достоинств фирмы, а ее целью является создание хорошего имиджа и репутации среди потенциальных покупателей. Престижная реклама рассказывает нам об ассортименте товаров, информирует о традициях предприятия, профессиональном уровне рабочего персонала, достижениях на внешнем рынке и т.д. Для престижной рекламы очень важным является формирование определенного круга мотивов, понятий, ценностей, которые будут использоваться постоянно. Это может быть забота предприятия о потребителе, постоянное стремление к улучшению качества продукции, выпуску новых товаров, которые смогли бы удовлетворить новые потребности общества [2]. Таким образом, престижная реклама акцентирует внимание компании на заботе о клиенте или окружающей среде, которая предстает перед аудиторией как солидный и высокопрофессиональный партнер, с которым приятно сотрудничать. Однако для потребителя, который не знаком с продукцией фирмы или не знает, чем фирма занимается, престижная реклама является бессмысленной.

Положительное отношение к фирме со стороны потребителя, вызванное завоеванием рынка качественными товарами, служит отличным фундаментом для последующей престижной рекламы. Кроме того, одним из способов формирования престижа фирмы является спонсорская деятельность, когда спонсируются теле- и радиопрограммы, спортивные соревнования и команды, различные виды искусства, благотворительные учреждения и программы. Постоянное упоминание о фирме как спонсоре говорит о солидности организации и создает впечатление о том, что предприятие работает в интересах всего общества. В этом же ряду находится благотворительная деятельность, которая включает в себя строительство музеев и учебных заведений, больниц, а также помочь малоимущим, поддержку глобальных проектов здравоохранения и охраны окружающей среды, учреждение стипендий для одаренных, но малообеспеченных студентов. Освещение благотворительности фирмы в СМИ — это лучшая престижная реклама. Предприятие не только способно расположить к себе потребителей, но и может установить полезные для себя связи с администрацией города, региона, завоевать положительное отношение последних, что может принести в будущем немалую пользу [3, с. 100].

Таким образом, рекламный рынок Беларусь постепенно развивается, в его пространстве происходит внедрение как новых форм рекламы, так и усовершенствование классических каналов распределения рекламной продукции, что позволяет прогнозировать возрастание спроса на престижную рекламу.

Источники

1. *Байбардина, Т. Н. Особенности и приоритеты формирования рынка рекламных услуг Республики Беларусь в современных условиях. Инновационные технологии в промышленности — основа повышения качества, конкурентоспособности и безопасности потребительских товаров / Т. Н. Байбардина, Т. Л. Процко ; под науч. ред. В. И. Криштафоровича. — М. : Канцлер, 2014. — 496 с.*

2. Медиасфера Беларуси: социологический аспект [Электронный ресурс] / В. М. Литвинович [и др.]; под ред. В. О. Дацкевича // Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь. — Режим доступа: http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera_Belarusi.pdf. — Дата доступа: 28.03.2019.

3. Реклама: теория и практика : учеб. пособие / под ред. В. В. Тулупова. — Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2011. — 400 с.

B. B. Гинц, Ю. A. Чуйко

Научный руководитель — кандидат социологических наук Е. В. Пилипенко

ПРОЯВЛЕНИЕ ЭМПАТИИ В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ СТУДЕНТОВ

Статья посвящена исследованию особенностей проявления эмпатии в межличностных отношениях. В работе представлены результаты эмпирического исследования сформированности эмпатических способностей студентов.

Межличностные отношения выступают необходимым условием жизни студентов и являются основой для формирования не только отдельных психических функций, процессов и свойств молодого человека, но и личности в целом. Являясь неотъемлемым атрибутом жизни молодого человека, межличностные отношения играют большую роль во всех сферах жизнедеятельности. Качество межличностных отношений во многом зависит от уровня достигнутого понимания.

Отношения личности к другим людям являются, в сущности, взаимоотношениями, поскольку, участвуя в совместной деятельности, обучающиеся определенным образом относятся друг к другу.

В межличностных отношениях объектом отношений выступает другая личность. В то же время межличностные отношения характеризуются взаимной направленностью, так как молодой человек не свободен от собственной системы ожиданий, стереотипов, установок, сквозь призму которых люди воспринимаются и оцениваются. Межличностные отношения сопутствуют жизнедеятельности человека, трансформируясь посредством различных детерминант, например, возраста, личностных особенностей, профессиональных предпочтений, социокультурных изменений [1, с. 198].

Межличностные отношения студентов сопряжены с прямыми контактами в парах или группах, постоянных по составу участников, в которых подразумевается близость партнеров, знание индивидуальных особенностей друг друга, наличие сопереживания, понимания, совместного опыта деятельности.

В процессе развития межличностных отношений можно выделить динамику отношений, механизм их регулирования и условия развития. Следует отметить, что они характеризуются динамичностью, которая заключается

в том, что возникнув и достигнув определенного пика, они постепенно ослабевают.

Одним из процессов формирования и развития межличностных отношений студентов является эмпатия, позволяющая оказывать помощь, поддержку молодому человеку в сложной ситуации. Эмпатия как механизм (процесс) межличностных отношений включает в себя когнитивные, эмоциональные и действенные компоненты. В структуре эмпатии можно выделить три уровня.

Когнитивная эмпатия (нижний уровень) проявляется в форме понимания внутреннего состояния другого человека без изменения собственного состояния. Эмоциональная эмпатия (средний уровень) проявляется не только в виде понимания состояния другого человека, но и сопереживания и сочувствия ему, эмпатического реагирования. Данная форма подразумевает два варианта: первый связан с простейшим сопереживанием, в основе которого лежит потребность в собственном благополучии. Другая, переходная форма от эмоциональной к действенной эмпатии, находит свое выражение в виде сочувствия, в основе которого лежит потребность в благополучии другого человека. Третий уровень эмпатии (высшая форма) включает когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты. Они в полной мере выражают межличностную идентификацию, которая является не только мысленной (воспринимаемой и понимаемой) и чувственной (сопереживаемой), но и действенной. На этом уровне эмпатии проявляются реальные действия и поведенческие акты по оказанию помощи и поддержки партнеру по общению (иногда такой стиль поведения называется помогающим). Между тремя формами эмпатии существуют сложные взаимозависимости [2, с. 78].

Эмпатия обладает способностью отражать нравственную характеристику личности [3, с. 61]. Выделяют различные уровни проявления эмпатии: от игнорирования и нетерпимости до устойчивого положительного отношения к другому человеку, оказания ему реальной помощи в проблемных ситуациях. Благодаря эмпатии уменьшается возможность искаженного восприятия другого, рождаемая установочными процессами. Эмпатия способствует более правильному формированию первого впечатления и морально-нравственному росту личности студента, сбалансированности межличностных отношений, приобретению ею коммуникативной компетентности.

Роль эмпатии в осуществлении межличностных отношений в студенческой группе несет в себе функцию подтверждения личности студента, выражающуюся в признании, принятии его «Я». Эмпатия — это особое отражение субъектов межличностного общения обучающихся, связанное с интуицией, чуткостью, состраданием. Эмпатия дает возможность для раскрытия личности студента и для получения поддержки, помогает уловить главное в мотивах и поступках молодых людей.

С целью изучения уровня эмпатии студентов была проведена диагностика уровня эмпатических способностей (по В. В. Бойко), в которой приняли участие 36 обучающихся УО «БГЭУ». В результате было выявлено, что высокий уровень эмпатии имеет 13,89 % опрошенных, средний — 33,33 %, заниженный — 52,78 % (см. рисунок).



Проведенное исследование позволило нам получить данные, которые свидетельствуют о том, что только треть опрошенных студентов обладает средним уровнем эмпатии. Половина обучающихся обладает низким уровнем эмпатии, что может оказывать негативное воздействие на протекание межличностных отношений. Таким образом, существует необходимость развития эмпатических способностей в студенческой среде. Важно обучать молодых людей переносить имеющиеся у них знания об особенностях взаимодействия между людьми на реальные жизненные ситуации.

Эмпатия играет важную роль в развитии личности студента, способствуя установлению межличностных отношений, определяет нравственные качества, круг общения студентов. С ее помощью молодой человек приобщается к миру переживаний других людей, формирует представление не только о своих ценностях, но и о ценностях других людей.

Источники

1. Мясищев, В. Н. Психология отношений / В. Н. Мясищев ; под ред. А. А. Бодалева. — М. : Ин-т практ. психологии ; Воронеж : МОДЭК, 1995. — 356 с.
2. Обозов, Н. Н. Психология межличностных отношений / Н. Н. Обозов. — Киев : Лыбидь, 1990. — 191 с.
3. Шнайдер, М. И. Эмпатия как форма отражения другого человека / М. И. Шнайдер // Гуманизация образования. — 2016. — № 2. — С. 60–65.

М. Г. Гоборова, Е. В. Старжинская

Научный руководитель — Е. В. Кудасова

ЯРМАРОЧНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

В работе представлены рекомендации по планированию и организации ярмарочно-выставочной деятельности предприятия при осуществлении маркетингово-

вой деятельности в высококонкурентной среде. Также рассмотрены методы оценки эффективности участия предприятия в выставке или ярмарке.

В настоящее время в условиях высокой конкуренции многие предприятия стремятся повысить эффективность своей маркетинговой деятельности посредством активного участия в выставках и ярмарках. В соответствии с данными, предоставляемыми Министерством торговли Республики Беларусь, ежегодно в Беларуси проводится более 100 выставок и ярмарок, 80 % участников которых являются предприятия и организации Республики Беларусь различных форм собственности.

Выставочная деятельность является непрерывной деятельностью маркетологов, технологов и менеджеров фирмы по постановке целей, планированию и представлению фирмы, продукции на выставках-ярмарках, а также по совершенствованию работы фирмы в данном направлении, ее презентации, поддержанию фирменного стиля с целью повышения эффективности и результативности, достижения поставленных целей, приобретения деловых контактов [1].

Выставочно-ярмарочная деятельность нацелена на выполнение следующих задач:

- демонстрация потенциальным покупателям и деловым партнерам возможностей предприятия;
- привлечение внимания к предлагаемым товарам;
- установление контактов с поставщиками и потребителями, заключение договоров о сотрудничестве и продажах;
- установление контактов с представителями СМИ;
- изучение передового опыта организации производства и торговли;
- анализ предложений конкурентов.

Организация ярмарочно-выставочной деятельности начинается со сбора внешней и внутренней информации, что представляет собой следующие этапы: сбор первичной и вторичной информации о макросреде предприятия, рынке, потребителях, конкурентах и т.д. (SWOT-анализ, анализ 5 конкурентных сил Портера и др.); сбор информации о микросреде предприятия (SWOT-анализ); проведение сегментирования, выбор целевых сегментов; разработка позиционирования; сбор другой информации, необходимой для эффективного участия в выставках и ярмарках.

Весь процесс участия предприятия в выставочно-ярмарочной деятельности условно подразделяется на три этапа: предвыставочный (этап подготовки), выставочный (стадия протекания самой ярмарки или выставки) и постыявочный [2].

Высокие затраты на участие фирмы в выставке вызывает повышенный интерес к вопросу оценки эффективности участия фирмы-экспонента в выставке-ярмарке, при этом особое внимание уделяется проблеме повышения эффективности выставочной деятельности фирмы.

Для оценки экономической эффективности выставочной деятельности предприятия могут использовать ROI — показатель возврата на инвестиции

в участие в выставке, который отражает материальную отдачу, и ROO — показатель достижения задач участия в выставке, который выражают нематериальную отдачу.

Вместе с тем следует учитывать особенность поведения посетителей, которые по результатам исследований совершают покупки в срок от трех до шести месяцев, поэтому следует сохранять данные о клиентах (например, используя CRM-систему), чтобы в последующем совершить расчет данного показателя.

Кроме того, для оценки экономической эффективности проведения выставки или ярмарки можно использовать: коэффициент числа продаж, генерированных из числа инициативных контактов,обретенных на торговом показе; затраты на перспективный контакт; затраты на посетителя; коэффициент посещаемости; плотность движения.

Таким образом, экономическую эффективность участия фирмы в выставочно-ярмарочной деятельности можно рассматривать с нескольких позиций, которые зависят от целей, которые ставит перед собой предприятие, принимая решение об участии в выставочном мероприятии: материальные (ROI) и нематериальные (ROO).

В целом, выставочно-ярмарочная деятельность — это мощный коммуникационный инструмент для предприятия, который обеспечивает налаживание контактов с новыми клиентами и поддержание связи со старыми. Многочисленные организационные формы выставочно-ярмарочных мероприятий способны удовлетворить многочисленные маркетинговые запросы субъектов рынка, так как любая выставка или ярмарка отражает конкретную рыночную ситуацию. При планировании каждого этапа выставки или ярмарки необходимо применять системный подход, рассматривая ситуацию с разных сторон.

Планирование, координация и контроль всего процесса организации выставки или ярмарки очень важны и требуют особого внимания на каждом этапе осуществления. Высокие затраты на участие фирмы в выставочно-ярмарочной деятельности обусловливают необходимость тщательной оценки ее эффективности, что предопределяет наличие большого числа методов расчета эффективности.

Источники

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учеб. пособие / И. Л. Акулич, И. З. Герчикова. — Минск : Интерпресссервис : Мисанта, 2003. — 397 с.
2. Щербич, Г. А. Выставки как инструмент маркетинга : учеб.-метод. пособие / Г. А. Щербич, Н. Н. Анохина. — Минск : БГЭУ, 2000. — 32 с.
3. Джесефкинс, Ф. Реклама : учеб. пособие / Ф. Джесефкинс — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 523 с.
4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. — 12-е изд. — СПб. : Питер, 2012. — 814 с.
5. Огилви, Д. Откровения рекламного агента / Д. Огилви. — М. : Эксмо, 2011.

K. B. Гордеева

Научный руководитель — доктор экономических наук В. П. Герасенко

МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ САЛЬДО ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье проведен анализ данных платежного баланса Республики Беларусь за 2018 г., определены причины образования дефицита текущего счета. Предложен комплекс мер денежно-кредитной, бюджетно-налоговой и инвестиционной политики по структурному реформированию экономики, направленных на снижение дефицита счета текущих операций.

Платежный баланс активно используется для определения фискальной и монетарной политики, протекционистских мер, а также при принятии решений по регулированию внутреннего валютного рынка и валютного курса. Важность платежного баланса определяется также связью между операциями этой страны с внешним миром и состоянием внутренней экономики. Такое взаимодействие осуществляется по двум направлениям: с одной стороны, внешнеэкономическая ситуация воздействует на внутреннюю экономику, с другой — изменения во внутриэкономической обстановке определяют динамику внешнеэкономических связей страны.

Основными функциями платежного баланса являются:

1) оценка конкурентной позиции страны в разрезе основных международных экономических операций и определение места страны в мировой экономике;

2) характеристика валютного положения страны посредством, во-первых, определения степени стабильности валютного курса национальной денежной единицы; во-вторых, оценки деятельности монетарных органов по управлению резервами страны;

3) выявление тенденций, характеризующих финансовое положение страны;

4) влияние на прогнозирование развития национальной экономики;

5) действие на выбор страной форм, методов и направлений финансово-кредитной политики.

Неустойчивое состояние платежного баланса требует своевременного принятия комплекса упреждающих мер по устраниению кризисных явлений и нивелированию деструктивного воздействия негативных факторов с целью недопущения макроэкономической нестабильности.

Основная проблема платежного баланса Республики Беларусь — отрицательное сальдо счета текущих операций.

На протяжении многих лет дефицит счета текущих операций был связан с отрицательным сальдо торгового баланса. Положительное сальдо сектора услуг позволяло частично погашать отрицательное сальдо внешней торговли товарами, однако традиционно источниками валютных поступлений для по-

гашения дефицита текущего счета являлись иностранные инвестиции и кредиты.

За 2018 г. внешнеэкономические отношения Республики Беларусь с остальным миром сложились с дефицитом счета текущих операций в размере 0,3 млрд дол. США, или 0,4 % ВВП (за 2017 г. наблюдался дефицит в размере 0,9 млрд дол., или 1,7 % ВВП). Сокращение размера дефицита счета текущих операций произошло за счет роста положительных сальдо внешней торговли услугами и вторичных доходов.

Сальдо внешней торговли товарами и услугами сложилось положительным в размере 0,7 млрд дол. (1,2 % ВВП). Экспорт товаров и услуг составил 41,9 млрд дол. (70,4 % ВВП) и вырос по отношению к 2017 г. на 14,9 %. Импорт товаров и услуг увеличился на 13,3 % и сложился в размере 41,3 млрд дол. (69,3 % ВВП). Внешнеторговый оборот товаров и услуг вырос на 14,1 % — до 83,2 млрд дол.

За 2018 г. сальдо счета операций с капиталом сформировалось положительным в размере 20,4 млн дол. за счет поступлений от чистой продажи нерезидентам Республики Беларусь непроизведенных нефинансовых активов на сумму 19,6 млн дол. и чистого поступления капитальных трансфертов в размере 0,8 млн дол.

По итогам 2018 г. экономика Республики Беларусь оставалась «чистым заемщиком» финансовых ресурсов у остального мира. Сальдо финансового счета в стандартном представлении платежного баланса (с учетом операций с резервными активами) за 2018 г. сформировалось отрицательным в размере 75,1 млн дол. (за 2017 г. — отрицательное сальдо в размере 366,5 млн дол.).

Таким образом, в 2018 г. Беларусь значительно улучшила показатели по счетам платежного баланса, что стало возможным благодаря меньшим объемам заимствований на фоне роста экспорта услуг.

Поскольку платежный баланс является концентрированным отражением всех существующих проблем экономики любой страны, то и комплекс мер по снижению дефицита текущего счета должен охватывать все сектора экономики.

Предлагаемые меры и возможные направления реализации:

1) в сфере внешней торговли — наращивание экспортных поставок и сокращение импорта: приоритетное стимулирование экспорта услуг, развитие системы хеджирования валютных рисков, снижение издержек логистики при поставке товаров на экспорт, реализация мероприятий по снижению импортности экономики;

2) привлечение прямых иностранных инвестиций: реализация системы мер по улучшению делового и инвестиционного климата;

3) сокращение объема внешнего долга и применение новых современных механизмов по снижению долговой нагрузки: перевод части внешнего долга во внутренний, погашение внешнего долга экспортными поставками;

4) меры денежно-кредитной политики: сокращение объемов директивного кредитования предприятий государственного сектора экономики, применение мер по снижению инфляции, развитие системы небанковских финансовых институтов, увеличение объема золотовалютных резервов, выпуск новых ценных бумаг, способствующих повышению эффективности экономики (в частности, инфраструктурных облигаций);

5) меры в бюджетно-налоговой сфере: реструктуризация убыточных, нерентабельных предприятий по схемам государственно-частного партнерства, модернизация инфраструктуры и применение современных решений как в области реформирования, так и в сфере финансирования инфраструктурных объектов, расширение государственной поддержки малого и среднего бизнеса с приоритетным финансированием инновационных проектов и др.

Регулирование счета операций с капиталом и финансового счета как одного из направлений регулирования платежного баланса может осуществляться как посредством применения долгосрочных и краткосрочных долговых инструментов, так и путем привлечения средств иностранных инвесторов для участия в капитале отечественных предприятий посредством прямых или портфельных инвестиций.

На данном этапе в программе мер государственного регулирования приоритет следует отдать мерам по повышению эффективности кредитования государственных программ. Привлечение инвестиций, реструктуризация убыточных, нерентабельных предприятий, модернизация инфраструктурных объектов возможны за счет развития механизмов государственно-частного партнерства.

Таким образом, грамотный подход к составлению платежного баланса, выбор наиболее приоритетных направлений его совершенствования, своевременное выявление диспропорций в балансе и эффективных методов их устранения ведут к стабильному, уравновешенному и процветающему положению нашего государства на международной арене [1–3].

Источники

1. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/>. — Дата доступа: 20.08.2019.
2. Галова, А. Г. Дефицит платежного баланса в Республике Беларусь и возможности его преодоления / А. Г. Галова, Д. А. Сайковская // Белорус. экон. журн. — 2017. — № 2. — С. 105–116.
3. Попкова, А. С. Анализ платежного баланса Республики Беларусь / А. С. Попкова // Деньги и кредит. — 2015. — № 9. — С. 40–45.

А. А. Гордиенко

Научный руководитель — кандидат экономических наук М. Н. Базылева

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Заработка плата является одной из важнейших сторон рыночной экономики, ее размер напрямую влияет как на уровень и качество потребления благ отдельным индивидом, так и на экономику в целом, обеспечивая высокий спрос на товары и услуги. Как массовое явление она возникает тогда, когда, с одной стороны, формируется класс собственников капитала, а с другой, класс вольнонаемной рабочей силы. Именно в этот момент заработка плата становится основной формой оплаты труда. Для всестороннего понимания данной экономической категории необходимо знать, чем является заработка плата, каким образом она формируется, на какие формы и виды подразделяется. И только на основе владения этими знаниями в дальнейшем становится возможным построение направлений совершенствования оплаты труда.

Существуют два основных подхода к определению того, что такое заработная плата: представление ее как оплаты труда (А. Смит, Д. Рикардо) и как оплаты рабочей силы (К. Маркс). Такое понимание, в том числе и заработной платы, в дальнейшем приводит к образованию двух принципиально разных школ экономической мысли. Современная экономическая наука определяет заработную плату в качестве платы за труд [1].

По своим видам оплата труда подразделяется на реальную (выраженную покупательной способностью) и номинальную (выраженную в денежной массе). Среди основных форм заработной платы выделяют сдельную и повременную. Их различие состоит в том, что сдельная оплата труда выплачивается за количество произведенного продукта, а повременная — за количество отработанного рабочего времени. Также в структуре заработной платы могут присутствовать стимулирующие выплаты: премии и надбавки. Они подразделяются на обязательные (предусмотренные договором) и необязательные (не предусмотренные договором, выплачиваемые по желанию нанимателя).

На основе данных Международной Организации Труда в 2018 г. было проведено сравнение средних заработных плат стран современного мира. Беларусь в данном рейтинге занимает 101-ю позицию с результатом в 347,89 дол. США, что определенно говорит о необходимости поиска путей совершенствования размера и качества оплаты рабочего времени в Республике Беларусь [2]. Обратим внимание и на то, что сравнение оплаты труда лучше проводить не по средним, а по медианным или модальным заработным платам, которые в большей степени отражают положение с оплатой труда в разных странах мира.

На основе определения заработной платы как экономической категории, прослеживания основных форм, видов и принципов ее формирования, а так-

же оценки методики оплаты труда в современных развитых странах были выведены следующие направления совершенствования оплаты труда в странах с рыночной экономикой:

- рост производительности труда как основополагающего фактора роста заработной платы;
- углубление разделения труда в качестве одного из основных принципов роста производительности;
- повышение конкурентоспособности конечного продукта;
- освоение новых рынков, обеспечивающих более высокий уровень заработной платы в силу соотношения спроса и предложения труда;
- мотивация и стимулирование труда работников;
- равные выплаты на равное количество и качество труда как основы заинтересованности нанимаемых в результатах своей деятельности.

С помощью этих основополагающих методов возможно совершенствование заработной платы в современных странах с рыночной экономикой, в том числе и в Республике Беларусь.

Источники

1. Теории заработной платы [Электронный ресурс] // Studme.org. — Режим доступа: https://studme.org/81087/menedzhment/teorii_zarabotnoy_platy. — Дата доступа: 24.04.2019.
2. Средняя заработная плата по странам мира 2018 г. [Электронный ресурс] // Fincan. — Режим доступа: http://fincan.ru/articles/35_srednyaja-zarplata-po-stranam-mira-2018/. — Дата доступа: 25.04.2019.

A. Н. Григоренко

Научный руководитель — доктор экономических наук В. П. Герасенко

ПРОБЛЕМА КВАЗИБЮДЖЕТНОГО ДЕФИЦИТА И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ

В работе представлены прогнозы сальдо консолидированного бюджета Республики Беларусь и расширенного сальдо бюджета органов государственного управления (с учетом квазифискальных операций) на 2019 г. Выявлена проблема квазибюджетного дефицита бюджета, предложены пути снижения квазибюджетной деятельности в Республике Беларусь, а также конкретные рекомендации в области управления этой деятельностью.

Одной из важнейших особенностей бюджетно-налоговой политики Республики Беларусь является наличие квазифискального финансирования. Квазифискальный (квазибюджетный) дефицит — это существующий наряду с официальным скрытый дефицит государственного бюджета, обусловленный

ленный квазибюджетной деятельностью государства. Расходы квазифискального характера не учитываются при составлении бюджета и соответственно не влияют на официальные данные о состоянии государственных финансов [1].

Консолидированный бюджет Республики Беларусь в 2011–2017 гг. исполнялся с профицитом. При этом положительное сальдо бюджета за данный период существенно увеличилось: если в 2011 г. профицит составлял 618 млн руб. (с учетом деноминации 2016 г.), то в 2017 г. данный показатель достиг значения 2925 млн руб.

С помощью программы Excel и данных сальдо консолидированного бюджета страны в процентах к ВВП за период 2011–2017 гг. было найдено прогнозное значение профицита консолидированного бюджета в 2019 г., которое составило 6 % ВВП (рис. 1).

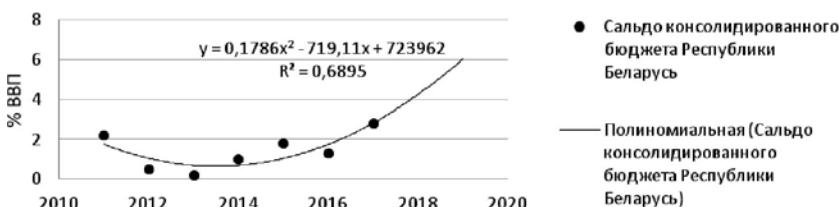


Рис. 1. Динамика сальдо консолидированного бюджета Республики Беларусь

Это говорит о том, что государство старается ежегодно увеличивать профицит бюджета с целью погашения государственного долга страны, который также ежегодно увеличивается.

Поскольку бюджетные дисбалансы могут породить макроэкономические дисбалансы, понимание развития бюджета имеет огромное значение для анализа экономического роста. Во многих странах обычного измерителя сальдо бюджета сектора органов госуправления достаточно для оценки макроэкономического воздействия бюджетно-налоговой политики. Однако в случае Беларуси нужно оценить хотя бы основные виды квазибюджетных операций и добавить их к операциям сектора органов государственного управления [2].

Чтобы оценить сальдо расширенного бюджета (включая квазибюджетный дефицит), используются доступные данные по квазибюджетной деятельности. Однако из-за недостаточно полных данных о квазибюджетных операциях невозможно оценить их величину с абсолютной точностью. Но, по крайней мере, учет квазибюджетной деятельности в бюджете показывает наиболее приближенную к действительности ситуацию.

При рассмотрении расширенного сальдо бюджета органов госуправления прогноз становится не таким положительным для Беларуси (рис. 2). Согласно данному прогнозу, дефицит бюджета органов государственного управления в 2019 г. составит почти 18 % ВВП. Данный прогноз говорит о серьез-

ной проблеме квазибюджетной деятельности в стране, поэтому государству следует в ближайшее время начать решать данную задачу по максимальному снижению квазибюджетных операций, иначе в будущем это может привести к очень серьезным экономическим проблемам в Беларуси.

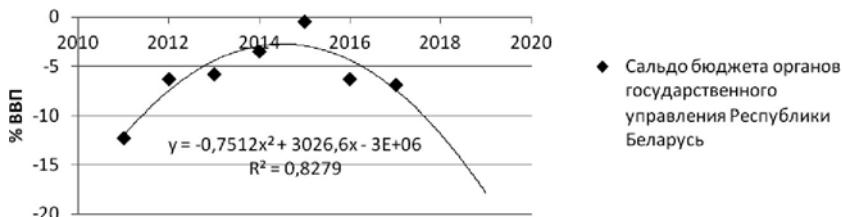


Рис. 2. Динамика сальдо бюджета органов государственного управления

Для снижения квазибюджетного дефицита целесообразным является пересмотр объемов финансирования убыточных государственных предприятий. Зачастую отсутствует отдача от вложения финансовых ресурсов. Необходима материальная поддержка объектов особо важного значения, выпускающих импортозамещающую и конкурентоспособную продукцию, финансирование внедрения прогрессивных технологий. К тому же проведение политики разгосударствления и приватизации может сократить финансирование предприятий государственного сектора [3].

В качестве рекомендаций по управлению квазибюджетным дефицитом государственного бюджета Республики Беларусь можно выделить следующие:

- 1) необходимо повысить фискальную прозрачность за счет повышения полноты собираемых данных, а также их публикации в открытых источниках;
- 2) в отчетах о квазифискальных операциях должны указываться цель каждой такой операции в рамках государственной политики, срок ее действия и предполагаемые бенефициары;
- 3) в годовых отчетах отдельных государственных организаций также должны отражаться некоммерческие услуги, предоставляемые ими по требованию государства, а государственные банки должны обнародовать информацию о любом кредитовании организаций, находящихся в государственной собственности;
- 4) государственные гарантии организациям должны быть только частичными и платными. Сборы в бюджет с получателей этих гарантий должны быть пропорциональны вероятности дефолта получателей. Резервирование средств по таким гарантиям должно осуществляться одновременно с их выдачей. Это позволит снизить вероятность принятия безответственных бизнес-решений. Когда же становится очевидным, что организация не в состоянии выполнить обязательство по погашению долга, эта ссуда должна учитываться в составе государственного долга в качестве прямого, а не условного обязательства;

- 5) в кратчайшие сроки провести дальнейшее сокращение директивного кредитования, которое должно быть отменено в среднесрочной перспективе;
- 6) необходимо внедрить надежную систему мониторинга и оценки программ целевого кредитования. Для этого требуется установить общее определение целевого кредитования, произвести инвентаризацию различных существующих программ и консолидировать соответствующую информацию, включая данные по бенефициарам, предоставленной поддержке, ожидаемым и наблюдаемым результатам.

Таким образом, следует помнить, что издержки, связанные с квазифискальными операциями, в конечном счете несет бюджет. Разумеется, данные операции имеют право на существование, и полностью устраниТЬ их невозможно. Однако они должны быть понятными и прозрачными как для правительства, так и для законодательной власти и общества в целом. Кроме того, должна проводиться осознанная политика управления рисками этих операций.

Источники

1. *Марусева, К. А.* Анализ квазибюджетного дефицита в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / К. А. Марусева // Электронная библиотека БГЭУ. — Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/64552>. — Дата доступа: 09.09.2019.
2. Республика Беларусь. Доклад по стране № 05/217 [Электронный ресурс] // Международный валютный фонд. — Режим доступа: <https://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/scr/2005/cr05217r.pdf>. — Дата доступа: 10.09.2019.
3. *Овчинникова, А. А.* Проблема квазибюджетного дефицита в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / А. А. Овчинникова, В. Р. Капота // Электронная библиотека БГЭУ. — Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/23954>. — Дата доступа: 10.09.2019.

E. A. Григорчук

Научный руководитель — кандидат экономических наук М. Н. Базылева

РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ. ОСОБЕННОСТИ ЛИЗИНГА МЕДИЦИНСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Лизинг в Республике Беларусь является достаточно удобным инструментом для бизнеса. Но удобен он лишь в том случае, если бизнес умеет этим инструментом пользоваться. Можно сказать, что в Беларуси лизинг, к сожалению, пока только на стадии развития. Большинство руководителей белорусских предприятий воспринимают лизинг как нечто новое и не сильно-то им нужное.

Лизинг в Беларуси — сравнительно новый вид деятельности. Для стимулирования инвестиций в производственную сферу, для обновления промыш-

ленного потенциала, для повышения конкурентоспособности отечественных производителей нашей стране необходимо развивать лизинговые отношения. Но для этого нужно создать соответствующие условия. Как показывает опыт передовых стран мира, этому уделяют самое пристальное внимание: соответствующее законодательство, налоговые льготы и т.д. [1].

Лизинг с экономической точки зрения — действительно очень удобный и выгодный инструмент приобретения основных средств.

Для развития лизинговой деятельности в Республике Беларусь действовать нужно в комплексе. Нужны законодательные изменения, которые могли бы стимулировать повышение активности на рынке лизинга. Нужны также и изменения подходов к лизингу со стороны банков и лизинговых компаний. Необходимо постоянно заниматься разъяснительной работой как с потенциальными клиентами, так и с партнерами (например, с автоцентрами), чтобы специалисты там могли грамотно разъяснить все нюансы лизинговых покупок. Всем лизинговым компаниям просто необходимо вести разъяснительную работу через СМИ. Пока неизвестный сегодня лизинг не станет понятным, его будут опасаться [2].

Большинство предприятий Беларуси нуждаются в современном и высокопроизводительном оборудовании, так как физический и моральный износ основных производственных фондов составляет не менее 60 % (в некоторых случаях — до 90 %). Эта проблема решается медленно и неэффективно из-за отсутствия оборотных средств, невысокой покупательной способности потребителей продукции белорусских товаропроизводителей, большой внешней задолженности предприятий республики за энергоносители [3].

Лизинг оборудования является одним из наиболее эффективных способов модернизации имеющейся у предприятия технической базы. Заменив устаревшее оборудование новым и внедрив современные технологии производства, предприятие становится способным в полной мере реализовать свой потенциал и обеспечить рынок качественной продукцией. Лизинг оборудования — самый простой и доступный способ замены отслужившей техники как для крупных компаний, так и для предприятий, чьи свободные активы не позволяют совершить дорогостоящее приобретение [4].

Проблем как в государственной, так и в негосударственной медицине много. Главная из них — отсутствие значительных финансовых средств. Если развитие государственной медицины стимулируется самим государством и в этом направлении делается достаточно много в последние годы, то с негосударственной медицинской ситуацией несколько иная. Дело в том, что в принципе платежеспособный спрос на медицинские услуги остается низким. Это тормозит приобретение негосударственными медицинскими учреждениями необходимого оборудования, строительство и реконструкцию помещений, расширение деятельности, повышение квалификации персонала.

При том получить кредит частной медицинской фирме практически невозможно, а своих средств на развитие средств не хватает. Причем микрокредитованием в медицинской сфере не обойтись. Здесь необходимы масштаб-

ные средства. На приобретение современной медицинской техники (компьютерных томографов, лазерных установок и т.п.) нужны миллионы долларов. В частном секторе таких средств нет. Поэтому один из вариантов решения данного вопроса — лизинг.

Особенности лизинга медицинского оборудования. Медицинское оборудование относится к числу одного из самых дорогостоящих. Стоит отметить и тот факт, что приобретенная в лизинг аппаратура, занимающая почетную позицию в специальном перечне жизненно необходимых видов, даже если значится на балансе предприятия и производится в другой стране, налогами не облагается. Что же касается оборудования, не выделенного государством как жизненно необходимого, то оно приобретается с уплатой всех необходимых налогов. А при наличии у юридического лица лицензии на деятельность предусмотрена возможность получения государственных субсидий на первоначальный взнос за оборудование, которое значится в установленном государственном перечне. Данный факт существенно влияет на состав и структуру лизинговых платежей и зачастую компаниям просто не выгодно использовать оборудование, полученное по договору финансового лизинга от лизинговой компании, находящейся на обычной системе налогообложения.

Кроме того, имеет место быстрый моральный износ. Ежегодно совершаются открытия, требующие обновления и улучшения диагностической аппаратуры. Поэтому покупать многие виды медицинского оборудования не только дорого, но и нецелесообразно. Большинство медицинских предприятий предпочитает использовать оперативный лизинг, при котором они не выкупают оборудование, а по окончании срока лизинга возвращают компании, оформляя лизинг на более точную и современную аппаратуру. Таким образом, большинство компаний, выпускающих медицинскую технику, чаще не продают ее, а предоставляют в своеобразную аренду-лизинг, с последующим возвратом. Важен также и тот факт, что большинство компаний осуществляет техническое обслуживание оборудования.

В чем преимущества лизинга для лизингополучателя?

Помимо «стандартных» преимуществ в части налогообложения и залогового обеспечения, лизингополучатель имеет ряд иных преимуществ при реализации проекта по лизингу. Среди них можно выделить следующие:

1) аренда обеспечивает финансирование лизингополучателя в точном соответствии с потребностями в финансируемых активах. Договор лизинга по таким проектам, как правило, разрабатывается индивидуально с учетом специфических особенностей арендаторов;

2) многие лизингополучатели имеют долгосрочные финансовые планы, поэтому их финансовые возможности в значительной степени ограничены. Лизинг позволяет преодолеть такие ограничения и тем самым способствует большей мобильности при инвестиционном и финансовом планировании. При лизинге вопросы приобретения и финансирования активов решаются одновременно;

3) ввиду того, что лизинговые платежи осуществляются по фиксированному графику, лизингополучатель имеет больше возможностей координировать затраты на финансирование капитальных вложений и поступления от медицинских услуг, обеспечивая тем самым большую стабильность финансовых планов, чем это имеет место при покупке оборудования;

4) при использовании лизинга лизингополучатель может использовать больше производственных мощностей, чем при покупке того же актива. Временно высвобожденные финансовые ресурсы арендатор может использовать на другие цели.

Источники

1. Трынин, Д. И. Особенности лизинга в промышленно развитых странах [Электронный ресурс] / Д. И. Трынин // Финансовый менеджмент. — 2004. — № 3. — Режим доступа: <http://www.finman.ru/articles/2004/3/2300.html>. — Дата доступа: 16.03.2019.

2. Гражданский Кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г., № 218-З : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218>. — Дата доступа: 16.03.2019.

3. О развитии международного лизинга [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 14 янв. 2019 г., № 16 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

4. Лизинг: экономические, правовые и организационные основы : учеб. пособие / под ред. А. М. Тавасиева, Н. М. Коршунова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006.

B. A. Гузаревич

Научный руководитель — кандидат исторических наук В. В. Стариченок

ИНФОРМАЦИОННЫЙ НЕЙТРАЛИТЕТ КАК СРЕДСТВО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрено понятие «информационный нейтралитет», которое представлено в Концепции информационной безопасности Республики Беларусь 2019 г. Значительное внимание уделено содержанию данного понятия и выявлению возможностей использования информационного нейтралитета в деле защиты национальной безопасности нашей страны.

В марте 2019 г. Совет Безопасности Республики Беларусь утвердил Концепцию информационной безопасности (КИБ), в которой принцип информационного нейтралитета объявляется одним из важнейших элементов обеспе-

чения безопасности нашей страны. В ст. 31 КИБ отмечено, что данный подход требует применения следующих принципов: 1) проведение миролюбивой внешней информационной политики; 2) уважение общепризнанных и общепринятых прав любого государства в данной сфере; 3) исключение инициативы вмешательства в информационную сферу других стран, направленного на дискредитацию или оспаривание их политических, экономических, социальных и духовных стандартов и приоритетов; 4) отказ от нанесения вреда информационной инфраструктуре каких бы то ни было государств; 5) отказ от участия в информационном противостоянии с другими государствами [1, с. 12–13]. Цель статьи — раскрыть содержание понятия «информационный нейтралитет» и выделить сильные и слабые стороны использования данного подхода в политике нашего государства.

В соответствии со ст. 18 Конституции Республика Беларусь в своей внешней политике исходит из следующих принципов: 1) равенство государств; 2) неприменение силы или угрозы силой; 3) нерушимость границ; 4) мирное урегулирование споров; 5) невмешательство во внутренние дела других государств. В Конституции прописана цель нашей страны: сделать государство нейтральным [2, с. 7]. Аналогичное стремление выражено и в Концепции национальной безопасности Республики Беларусь 2010 г. (КНБ), где констатируется следующее: «Республика Беларусь является состоявшимся, независимым, суверенным европейским государством, которое не относится ни к одному из мировых центров силы, проводит миролюбивую внешнюю политику и стремится к созданию условий для приобретения нейтрального статуса» [3]. Следовательно, положение об информационном нейтралитете дополняет принятые ранее в Республике Беларусь документы стратегического характера.

Стремление к нейтральности не всегда соответствует политическим реалиям. Намереваясь быть нейтральной, Беларусь фактически таковой не является. Это обусловлено рядом обстоятельств. Во-первых, Беларусь принимает непосредственное участие в интеграционных проектах, в которых доминирующую роль играет РФ: Союзное государство Беларуси и России (образовано в 1999 г.), Евразийский экономический союз (стал действовать с 2015 г.), Организация Договора о коллективной безопасности (создан в 1992 г. в виде Договора о коллективной безопасности, в 2002 г. преобразован в ОДКБ). Уровень участия Беларуси в этих структурах позволяет констатировать, что страна имеет четкую geopolитическую ориентацию, подкрепленную силовой составляющей в виде мощного военно-политического союза с Россией.

Во-вторых, Беларусь не хватает экономических и политических ресурсов, которые позволили бы ей быть реально нейтральным государством. В-третьих, республика не имеет соответствующего исторического опыта. Она никогда не была нейтральной страной. Долгое время она находилась в орбите влияния России (сначала Российской Империи, а потом Советского Союза). В результате республика не смогла наработать практический опыт позиционирования себя нейтральным государством.

Любопытен и п. 3 ст. 31 КИБ, в котором утверждается, что Беларусь не должна «дискредитировать или оспаривать политические, экономические, социальные и духовные стандарты и приоритеты других стран». Фактически из этого следует, что Беларусь отказывается от информационного воздействия за пределами своей страны. К примеру, как белорусам защищать традиционные ценности? Ведь в числе угроз национальной безопасности в КНБ находится и такая: «утрата значительной частью граждан традиционных нравственных ценностей и ориентиров, попытки разрушения национальных духовно-нравственных традиций и необъективного пересмотра истории, затрагивающие данные ценности и традиции» [3]. Что произойдет, если Беларусь начнет продвигать традиционные ценности в Евросоюзе? В ЕС могут посчитать это оспариванием европейских духовных стандартов, направленных на активную (если не агрессивную) защиту прав сексуальных меньшинств.

Более того, самоустраниние Беларуси от информационной работы за пределами республики противоречит деятельности других государств, которые активно используют этот инструмент в своей внешней политике. С территории Чехии по республике работает «Радио Свобода», которое финансируется госдепартаментом США [4]. С территории Польши вещает на Беларусь финансируемый Польшей и Великобританией телеканал «Белсат». В условиях, когда информационная работа за периметром страны является практикой почти во всех государствах, в Минске готовы отказаться от этого инструмента. «В условиях информационной войны, которую фактически ведут против официального Минска либо без спросу в белорусском информационном пространстве против интересов союзников, уход в глухую оборону — это верный способ проиграть», — пишет, анализируя КИБ, белорусский политолог Александр Шпаковский [5].

Таким образом, понятие «информационный нейтралитет» несет определенные риски. Эти риски определяются по меньшей мере двумя обстоятельствами: 1) отсутствием финансовых средств на информационную деятельность за рубежом; 2) искренним желанием белорусов сохранить дружеские отношения со странами-соседями и избежать ссоры с ними. На наш взгляд, политические документы следует оценивать не с точки зрения намерений сохранить хорошие отношения с соседями, а с точки зрения реальной геополитической конфигурации в регионе. Беларусь в таком случае следует шире позиционировать национальные интересы за пределами республики и рассказывать в других странах о том, что происходит в республике.

Источники

1. Концепция информационной безопасности Республики Беларусь : утв. постановлением Совета Безопасности Респ. Беларусь, 18 марта 2019 г., № 1. — Минск, 2019. — 31 с.
2. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятыми на resp. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. — Минск : Наци. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. — 64 с.

3. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь, 9 нояб. 2010 г., № 575. — Минск, 2010. — 26 с.

4. Стариченок, В. В. Реальная война в виртуальном мире / В. В. Стариченок // Образование и наука в Беларуси: актуальные проблемы и перспективы развития в ХХI в. : сб. науч. ст. / Белорус. гос. пед. ун-т им. М. Танка ; редкол.: А. В. Торхова (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2017. — С. 193–197.

5. Шпаковский, А. П. Государственная медиагигиена [Электронный ресурс] / А. П. Шпаковский // СОНAP-2050. — Режим доступа: <https://www.sonar2050.org/publications/gosudarstvennaya-mediagigiena/>. — Дата доступа: 03.04.2019.

E. Н. Елисеева

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. А. Артемьева

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье представлены наиболее значимые риски и проблемы, существующие в банковском секторе Республики Беларусь. Рассмотрены причины роста кредитного риска, ужесточения требований регулирующих органов, особенности инфляционных ожиданий, перспективы развития банковской системы.

Банковская система является одним из центральных звеньев рыночной экономики, ее функционирование оказывает существенное воздействие не только на экономику страны в целом, но и на деятельность каждого хозяйствующего субъекта и благополучие граждан. Поэтому изучение проблем банковского сектора важно и актуально для поиска путей их решения.

Проведенное нами исследование позволило выделить наиболее значимые проблемы, существующие на макроэкономическом уровне в банковском секторе Республики Беларусь.

По нашему мнению, одной из важнейших проблем для белорусских банков является кредитный риск. Реализация его потенциала может привести к реализации системных рисков, как банковского сектора, так и финансовой системы, и экономики страны в целом. Показатель «Доля необслуживаемых активов банков в активах, подверженных кредитному риску» выбран в качестве одного из показателей стабильности банковского сектора Республики Беларусь с пороговым значением не более 10 % [1, с. 9]. Превышение данного значения будет свидетельствовать о проявлении негативных тенденций в банковском секторе.

Согласно банковской статистике доля необслуживаемых активов банков в активах, подверженных кредитному риску, с 1 мая 2018 г. увеличилась почти в 1,7 раза: с 3,5 до 5,8 % на 1 июля 2019 г., при этом объем необслуживаемых активов за это время достиг значения 3,2 млрд руб., увеличившись на 1,5 млрд руб., или на 83,6 % [1, с. 9].

Такой рост в значительной степени обусловлен ростом реструктуризированной задолженности, входящей в состав необслуживаемых активов. Ее доля в необслуживаемых активах на 1 июля 2019 г. составила 89,8 %. Наблюдается также рост безнадежной задолженности, учитываемой на внебалансовых счетах.

В качестве ключевых проблем роста необслуживаемых активов банков следует отметить следующие: высокая подверженность кредитных портфелей риску концентрации и ухудшение финансового состояния кредитополучателей вследствие влияния на их деятельность рисков операционной среды.

В управлении кредитным риском ключевой проблемой являются недостатки используемой в банках комплексной оценки финансового состояния кредитополучателей. Как следствие, это приводит к неверной оценке риска в целях классификации активов и недостаточности сформированного специального резерва для покрытия принятых рисков [1, с. 10].

Важно также обратить внимание на проблему инфляции и инфляционных ожиданий в Республике Беларусь. В текущем году перед Национальным банком и Правительством Республики Беларусь поставлена задача ограничить инфляцию, измеряемую через прирост потребительских цен, в пределах 5 %. В 2018 г. цены на потребительские товары и услуги выросли на 5,6 %. Это привело к необходимости формирования монетарных условий и проведения политики в области ценового регулирования, обеспечивающих замедление инфляционных процессов для достижения поставленной цели [2, с. 3].

Для обеспечения доверия к национальной валюте Национальный банк противодействует краткосрочным колебаниям и принимает комплекс мер, чтобы вернуть инфляцию к целевому показателю в среднесрочной перспективе.

Сложность изменения инфляционных ожиданий состоит в том, что финансовая стабилизация в Республике Беларусь проводится после длительного периода развития инфляционного и девальвационного процессов, а также в условиях недостаточной операционной независимости при реализации денежно-кредитной политики.

В целом, банковская сфера в Республике Беларусь характеризуется ростом эффективности, однако крупные отечественные банки не только обслуживают реальный сектор экономики, в котором существует множество проблем, но участвуют в реализации программ по их государственной поддержке.

Постановлением Совета Министров и Национального банка № 229/6 от 29 марта 2017 г. «О стратегии развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года» предусмотрены следующие направления развития банковской системы:

- формирование банковской системы, удовлетворяющей запросы клиентов без господдержки, на основе рыночного подхода;
- построение сбалансированного финансового рынка, снижение рисков для всех его участников;
- создание условий для выгодного сбережения денежных средств преимущественно в национальной валюте [3, с. 13].

Итак, несмотря на динамичное развитие банковского сектора экономики Республики Беларусь за последнее десятилетие, остается ряд нерешенных проблем: рост кредитного риска, недостаточная операционная независимость Национального банка Республики Беларусь в реализации денежно-кредитной политики, недостаточное доверие к национальной валюте, инфляционные ожидания населения и хозяйствующих субъектов.

Реализация мер, предусмотренных программными документами Республики Беларусь, будет способствовать устойчивому развитию и эффективному функционированию банковской системы, что позволит решать проблемы, существующие в банковском секторе.

Источники

1. Лапко, Д. Н. Эффективность управления необслуживаемыми активами: оценка, регулирование, рынок проблемных долгов / Д. Н. Лапко // Банк. весн. — 2019. — № 7. — С. 9–13.
2. Мурин, Д. Л. Обеспечение ценовой стабильности в I квартале 2019 года / Д. Л. Мурин // Банк. весн. — 2019. — № 4. — С. 1–6.
3. О стратегии развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года : постановление Совета Министров и Нац. банка Респ. Беларусь, 29 марта 2017 г., № 229/6. — Минск, 2017. — 33 с.

О. О. Ефимчик

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. М. Маркусенко

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Кооперация — это добровольное объединение товаропроизводителей за счет консолидации своих средств. В рамках кооперации в целях реализации собственных интересов физические и юридические лица осуществляют сотрудничество посредством производства продукции, оказания услуг, выполнения работ.

В Республике Беларусь достаточно широкое распространение получила потребительская кооперация, представленная в виде системы потребительских обществ, их союзов и созданных ими унитарных предприятий. Белорусской потребительской кооперации Беларуси, как и любому кооперативу вообще, присуща двойственная природа, с одной стороны, это объединение (группа) людей, с другой — осуществление хозяйственной деятельности в форме создания юридического лица.

На территории современной Беларуси потребительские общества стали возникать в конце XIX ст. как добровольные объединения граждан, организу-

ющих работу торговых предприятий с целью противостояния монополии частного торгового капитала. В условиях резкого ухудшения экономической ситуации, связанных с началом Первой мировой войны, наблюдался рост численности потребительских кооперативов. Если в 1906 г. в Беларуси было 41 потребительское общество, а в 1912 г. — 137, то в 1917 г. их стало уже 359. Союз потребительских обществ Минского района, созданный в 2017 г. на съезде представителей кооперативных обществ, положил начало Белорусскому республиканскому союзу потребительских обществ.

Белорусская потребительская кооперация из всех кооперативных организаций бывшего СССР меньше всего утратила свои позиции на ранее занимаемом сегменте, сохранив при этом социальную направленность деятельности по торговому обслуживанию жителей малых и отдаленных сельских населенных пунктов [1].

Что касается сегодняшних реалий, то основным источником кооперативного права в нашей стране является Конституция Республики Беларусь, ст. 13 которой признает существование государственной и частной собственности, всем гражданам гарантируют равные права в осуществлении хозяйственной или иной деятельности. В статье указывается, что государство способствует развитию кооперации. Экономическая основа создания кооперативов определена ст. 44, гарантирующей каждому гражданину право собственности. Правовые взаимоотношения кооператива с государством, другими организациями, а также физическими лицами определяются Гражданским кодексом Республики Беларусь.

С принятием в 2002 г. Закона «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Республике Беларусь» были четко определены правовые, организационные, экономические и социальные основы создания и деятельности в нашей стране потребительских обществ и их союзов.

Белорусская потребительская кооперация активно развивает свою деятельность в таких отраслях, как торговля, общественное питание, промышленность, строительство, транспорт, заготовки, звероводство, внешнеэкономическая деятельность, подготовка кадров.

Основными задачами потребительской кооперации Республики Беларусь являются создание и развитие организаций оптовой, розничной торговли и общественного питания; закупка у граждан и юридических лиц излишков сельскохозяйственной продукции и сырья, изделий и продукции личных подсобных хозяйств и промыслов, дикорастущих плодов, ягод и грибов, лекарственно-технического сырья; производство продовольственных и непродовольственных товаров, продукции производственно-технического назначения; оказание платных услуг населению; организация рынков и совершенствование их деятельности; создание и развитие производственных, строительных, ремонтно-монтажных, проектных, научных, транспортных и иных организаций; создание и развитие санаторно-курортных учреждений; создание и развитие учебных заведений в целях подготовки специалистов для организаций потребительской кооперации; осуществление внешнеэкономической деятельности [2].

Потребительская кооперация взаимодействует с Правительством Республики Беларусь на основе ежегодно заключаемых соглашений между Советом Министров Республики Беларусь и республиканским союзом потребительских обществ, в которых определяются прогнозные показатели ее финансово-хозяйственной деятельности. Белкоопсоюз принимает активное участие в международном кооперативном движении и с 1992 г. является членом Международного кооперативного альянса.

Государство обеспечивает защиту интересов потребительских обществ, их союзов, способствует их дальнейшему развитию и осуществляет контроль за их деятельностью.

В настоящее время система потребкооперации насчитывает 665 тыс. пайщиков, обеспечивает занятость, социальные гарантии и стабильный доход более 70 тыс. человек. Потребителями товаров и услуг Белкоопсоюза являются почти 3 млн жителей Беларуси. По количеству торговых предприятий сеть потребкооперации — самая крупная в республике, включает около 8,1 тыс. магазинов. Большая часть объектов розничной торговли (около 67 % от общего числа) расположена в сельской местности. Передвижной парк представлен 702 автомагазинами, которые обслуживают 15,2 тыс. населенных пунктов [3].

Следует отметить, что в настоящее время в деятельности торговых организаций Белкоопсоюза имеется много проблем экономического характера, обусловленных, с одной стороны, социальной направленностью его деятельности, а с другой, ужесточением конкуренции со стороны укрепляющего позиции малого и среднего бизнеса. Расширение ниши таких крупных торговых ритейлов, как Евроопт, Алми в районных центрах и агрогородках вытесняет торговые структуры Белкоопсоюза в мелкие населенные пункты, где потребности населения в продовольственных и непродовольственных товарах удовлетворяется посредством использования автолавок. В этой связи Белкоопсоюзу параллельно с оказанием торговых услуг населению необходимо активно развивать более прибыльные направления деятельности, такие как переработка сельскохозяйственного сырья с применением инновационных технологий и производство пищевой продукции, востребованной на внутреннем и внешнем рынках, а также производство органической продукции, спрос на которую растет.

Источники

1. Официальный сайт Белкоопсоюза [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bks.gov.by>. — Дата доступа: 08.10.2019.
2. О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 февр. 2002 г., № 93-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=N10200093>. — Дата доступа: 08.10.2019.
- 3 . 100-летию Белкоопсоюза посвящается: история и настоящее [Электронный ресурс] // Зара над Сожам. — Режим доступа: <http://www.kormanews.by/2017/06/>

100-letiyu-belkoopsoyuza-posvyashhaetsya-istoriya-i-nastoyashhee/. — Дата доступа: 08.10.2019.

4. Запольский, М. И. Кооперация в агропромышленном комплексе : учеб. пособие / М. И. Запольский. — Минск : Беларус. наука, 2011. — 347 с.

5. Сахарова, Д. Б. История и теория кооперативного движения : учеб. пособие / Д. Б. Сахарова, И. С. Котов. — Минск : Новое знание, 2005. — 248 с.

Я. Д. Жукова

Научный руководитель — кандидат экономических наук М. Н. Базылева

СОСТОЯНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье анализируется состояние и использование человеческого капитала в сфере науки Республики Беларусь.

Сегодня Беларусь все больше интегрируется в цивилизационные мирохозяйственные связи, где ведущими тенденциями стали глобализация экономических отношений, либерализация международной торговли, экологизация социально-экономических процессов, становление постиндустриального (информационного) общества. Данные закономерности подвели республику к необходимости создания социально-экономической парадигмы развития, где человек становится не просто средством, фактором экономического роста, но его главной целью и ценностью. Для реализации новой социально-экономической парадигмы в республике необходима кардинальная структурная перестройка экономики на основе новейших достижений научно-технического прогресса и эффективного использования интеллектуального потенциала нации. И здесь свою миссию «фундамента цивилизационного прогресса» призваны выполнить отечественная наука и образовательная система, способные подготовить теоретико-методологическую и правовую базу для строительства новой открытой экономики [1, с. 21–37]. В соответствии с поставленными целями в республике назрела необходимость проведения инвентаризации и стоимостной оценки научно-технического и образовательного потенциалов с позиции эффективности использования человеческого капитала и определения, в какой мере экономический оборот человеческого капитала может быть переведен в инновационный оборот в условиях поворота Республики Беларусь к развитию «экономики знаний» [2, с. 5].

Состояние совокупного человеческого капитала в научной сфере определяется как в натуральных показателях (численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, численность исследователей по областям науки и др.), так и стоимостных показателях, отражающих затраты на научные исследования и разработки, а также затраты организаций промыш-

ленного производства на технологические инновации по видам инновационной деятельности.

Состояние и использование человеческого капитала в Республике Беларусь уменьшилось с 1990 по 1998 г. в абсолютном значении в 2,5 раза, а начиная с 2000 г. изменяется незначительно. Что касается соотношения исследователей, техников и вспомогательного персонала, то в 2012 г. оно составляло 63,4, 7,2 и 29,4 % соответственно (табл. 1).

Таблица 1

Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, % к итогу

Персонал	Год					
	2000	2005	2010	2011	2012	2017
Численность персонала, всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
В том числе:						
исследователи	60,2	59,2	62,7	63,0	63,4	65,0
техники	7,8	7,2	7,1	7,2	7,2	6,0
вспомогательный персонал	32,0	33,6	30,2	29,8	29,4	29,0

Источник: [3, с. 414].

Среди исследователей 4 % докторов и 16,8 % кандидатов наук, 79,2 % не имеют ученой степени. Обращает на себя внимание, что исследователей почти в 10 раз больше, чем техников. Это заставляет предположить, что исследователи либо перегружены техническими работами в ущерб научным, либо их функции не выходят за рамки технических работ. И то и другое не присуще инновационным разработкам.

К концу 2012 г. в области технических наук было сосредоточено 59,5 % исследователей, естественных — 19,7 %, общественных — 7,2 %, медицинских — 5,2 %, сельскохозяйственных — 6,4 %, гуманитарных — 2,0 % (табл. 2). Анализ распределения численности исследователей по областям науки показывает, что основная их часть сконцентрирована в области технических наук — около 60 % общей численности в научных организациях и вузах республики. Вместе с тем обеспеченность этой области науки исследователями высшей квалификации наименьшая. Доля докторов наук в области технических наук составляла в 2012 г. 1,8 %, кандидатов наук — 8,6 %, без степени — 89,6 %.

Это тревожная тенденция, учитывая тот факт, что в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь «Об утверждении приоритетных направлений научно-технической деятельности в Республике Беларусь» (06.07.2005 г., № 315) исследования в области технических наук отнесены к приоритетным направлениям научной деятельности. Это ресурсосберегающие

Таблица 2

Численность исследователей по областям науки, % к итогу

Год	Всего	В том числе по областям науки					
		естественные	технические	медицинские	сельскохозяйственные	общественные	гуманистические
2000	100	23,8	54,4	6,3	5,7	7,0	2,8
2005	100	22,4	56,8	4,6	6,9	6,6	2,7
2010	100	21,1	59,1	5,3	6,3	6,5	1,7
2011	100	19,5	60,8	5,2	6,1	6,4	2,0
2012	100	19,7	59,5	5,2	6,4	7,2	2,0
2017	100	20,0	59,0	5,0	6,0	8,0	3,0

Источник: [3, с. 415].

и энергоэффективные технологии производства конкурентоспособной продукции, новые материалы и новые источники энергии, информационные и телекоммуникационные технологии.

Одним из главных стоимостных показателей научно-технического потенциала республики является доля внутренних затрат на научные исследования и разработки в ВВП, составившая в 2000 г. 0,72 %, в 2005 г. — 0,68 %, в 2010 г. — 0,69 %, в 2011 г. — 0,70 %, в 2012 г. — 0,67 %. Снизившись с 1990 по 2000 г. почти в 3 раза, доля расходов на науку находится вплоть до нынешнего времени скорее в режиме флюктуации, нежели активного роста. Для сравнения укажем, что по опубликованным данным в Великобритании и Франции уровень затрат на науку по отношению к ВВП составляет более 2 %, а в США и Германии — около 3 %. Примерно на этом уровне находились в 1990 г. и расходы на науку в Республике Беларусь, являясь одним из приоритетов экономической политики республики.

Анализ состояния и использования человеческого капитала в сфере науки Республики Беларусь приводит к выводу о том, что экономический оборот человеческого капитала за последнее десятилетие обусловлен обновлением устаревшей традиционно применяемой технологии и техники с целью поддержания непрерывного процесса воспроизводства и сопровождается подготовкой работников традиционных профессий на среднем для той или иной отрасли уровне. Анализ взаимосвязи натуральных и стоимостных показателей научно-технического развития свидетельствует об экономическом обороте человеческого капитала, настроенном на обновление традиционной техники и технологий. Для инновационного оборота человеческого капитала его научно-технический потенциал представляется недостаточным, поскольку показатели этого потенциала ниже пороговых значений, определенных мировой экономикой.

Источники

1. *Мясникович, М. В.* Проблемы модернизации экономики Беларуси в контексте цивилизационного процесса / М. В. Мясникович // О-во и экономика. — 2003. — № 6. — С. 21–37.
2. *Соколова, Г. Н.* Состояние и использование человеческого капитала в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Г. Н. Соколова // CYBERLENINKA. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-ispolzovanie-chelovecheskogo-kapitala-v-respublike-belarus/viewer>. — Дата доступа: 01.04.2019.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2013 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2013. — С. 414–420.

E. C. Занько

Научный руководитель — кандидат юридических наук Н. Ф. Карпиевич

НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ КОРРУПЦИИ НА ЗАЩИТУ ПРАВ ГРАЖДАН

Статья посвящена правовой организации противодействия коррупции в Республике Беларусь. Проанализирована статистика по делам о коррупционных преступлениях, изучены исторические, социальные и психологические корни коррупции. Рассмотрены существующие методы борьбы с коррупцией, выявлены проблемы и недостатки антикоррупционной политики государства, предложены пути решения существующих проблем, разработаны меры по совершенствованию антикоррупционной политики Республики Беларусь.

Приоритетными целями белорусского государства являются обеспечение прав и свобод граждан, улучшение качества жизни населения, развитие социальной сферы, формирование условий для обеспечения устойчивого роста экономики. Однако существует ряд проблем, которые так или иначе тормозят социально-экономическое развитие Республики Беларусь. Одной из главных проблем является коррупция.

Сегодня данная проблема стала системной составляющей социально-экономической жизни государства. Так, по индексу восприятия коррупции с оценкой 44 из 100 (чем больше оценка, тем меньше уровень коррупции), Республика Беларусь за 2018 г. занимает 69-е место в мире, что показывает значительную степень коррумпированности государства. Более того, на протяжении 2013–2018 гг. оценка восприятия коррупции уменьшалась, что говорит о распространении коррупции внутри государства [1].

О высоком уровне и бескрайних масштабах коррупции говорят и недавние события в стране: «дело медиков», где к фигурантам дела относились более 93 человек (30 должностных лиц системы здравоохранения и 63 лица — собственники (учредители), руководители и работники коммерческих структур); дело о коррупции в Главном управлении потребительского рынка Мин-

горисполкома и в комбинате школьного питания Ленинского района г. Минска, где в коррупции обвиняются 13 человек; недавние разоблачения в энергетике, транспорте и на таможне.

Все сказанное подтверждает официальная статистика. Так, Верховный Суд Республики Беларусь опубликовал сведения о числе привлеченных к уголовной ответственности и мерах уголовного наказания по уголовным делам о коррупционных преступлениях, где регламентировано, что в первом полугодии 2019 г. 463 лица осуждены за совершение преступлений коррупционной направленности, из них 206 лиц приговорены к лишению свободы. Конфискация имущества как дополнительная мера наказания применена к 145 лицам. Лишение права занимать определенную должность или заниматься определенной деятельностью в качестве основной меры наказания назначено 23 лицам и 306 лицам — в качестве дополнительной меры наказания [2].

Стоит отметить, что многим удается избежать наказания за коррупционные преступления и этому способствует частое принятие Парламентом Закона Республики Беларусь «Об амнистии некоторых категорий лиц, совершивших преступления». За период с 1991 по 2019 г. принято 15 таких законов.

Повсеместно мы слышим слова «коррупция», «взятка», «мошенничество» и назревает вполне логичный вопрос: что же это за явление, каковы его исторические, социальные, психологические корни?

Проблема коррупции не нова, ее истоки начинаются на заре становления государственности. Первое упоминание о коррупции и о борьбе с ней можно отнести ко второй половине XXIV в. до н. э. «Артха-шастра» — первый документ, осуждающий коррупцию, создан в Индии в IV в. до н. э., проблема коррупции упоминается в знаменитых XII таблицах Древнего Рима. Однако борьба с этой «болезнью» в Древнем мире, как правило, не приносила желаемых результатов. Можно сказать, что параллельно эволюции государства происходила эволюция коррупции.

В русской летописи говорится, что в XIII в. против коррупции, взяточничества проповедовал киевский митрополит Кирилл. Лихоимство в первые годы советской власти приняло такие размеры, что Ленин призывал передовых рабочих к крестовому походу «для вооруженного уничтожения спекуляции, взяточничества и неряшливоści».

В Уголовном кодексе РСФСР 1922 г. получение, дача и провокация взятки наказывались вплоть до высшей меры наказания — смертной казни. Однако даже введение смертной казни не поспособствовало уменьшению количества таких противоправных действий и не смогло изменить сложившуюся ситуацию в стране: к тому времени взятка, как и кража государственного имущества, стала привычным и массовым явлением.

Низкий уровень дохода (особенно у бюджетников), неоправданно высокие налоги, дорогие товары и услуги, а также полное государственное регулирование, монополия государства являются главными причинами процветания коррупции не только в Республике Беларусь, но и в любом другом государстве. Стоит отметить, что карательные методы борьбы с коррупцией неэф-

фективны, иные существующие методы — фактически бессильны. Из этого следует, что государство должно уже сейчас предложить конкретные пути выхода из сложившейся ситуации, чтобы не допустить «поражения еще здоровых органов» государственной системы. На наш взгляд, этими путями могут стать:

- совершенствование финансовой и налоговой системы: равные условия для государственного и частного сектора; снижение налогов, анализ теневой экономики, ее причин;
- укрепление правоохранительной системы: улучшение технического обеспечения, качественное обучение государственных служащих, повышение квалификации, внедрение в работу современных информационных систем, обмен опытом с правоохранительными органами других стран [3, с. 53];
- внедрение в управлеченческую деятельность государственных чиновников регистрационной системы;
- создание электронного правительства, замена бумажного документооборота электронным;
- создание системы мониторинга возможных точек возникновения коррупционных действий в государственных и общественных организациях;
- упрощение структуры государственных и общественных организаций;
- поддержка институтов гражданского общества: пресечение низовой коррупции усилиями граждан;
- реформирование судебной системы, повышение квалификации и усовершенствование отбора судей, стажировки судей;
- совершенствование антикоррупционного законодательства;
- создание и реализация антикоррупционных программ.

В современном мире важную роль в борьбе с коррупцией играют средства массовой информации, в том числе сеть Интернет. Средства массовой информации не только просвещают общественность о формах и способах коррупции, но и освещают скрытые механизмы ее проявления, содействуют открытости и прозрачности деятельности государственных органов, пропагандируют антикоррупционные программы. Стоит сказать о том, что именно через СМИ происходит воспитание правового сознания личности, поэтому поддержка и развитие СМИ в антикоррупционном направлении является еще одним путем скорейшего преодоления проблемы коррупции.

Очевидно, что победить коррупцию полностью невозможно, однако имеет смысл проводить все вышеперечисленные меры, чтобы уменьшить ее распространение, снизить негативный эффект, оказываемый коррупцией, на рыночные отношения. В свою очередь это будет способствовать скорейшему развитию социально-экономической сферы государства, а также укреплению экономики страны в целом.

Источники

1. Transparency International [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.transparency.org>. — Date of access: 04.10.2019.

2. Интернет-портал судов общей юрисдикции Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.court.gov.by>. — Дата доступа: 04.10.2019.

3. Карпиевич, Н. Ф. Повышение эффективности антикоррупционной деятельности в Республике Беларусь / Н. Ф. Карпиевич // Стратегии борьбы с коррупцией: Теория и практика / Акад. гос. упр. при Президенте Респ. Казахстан ; под ред. А. С. Ахметова. — Астана, 2007. — С. 51–55.

E. A. Зорина

Научный руководитель — кандидат юридических наук А. В. Шерстобитов

ВИНА ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА КАК ОБЪЕКТИВНОЕ ОСНОВАНИЕ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В статье на основе анализа норм действующего законодательства исследуются проблемы определения вины юридического лица как общего условия юридической ответственности. Отдельное внимание уделяется анализу традиционных аспектов при определении категории вины, а также сложившихся в науке административного права современных научных концепций вины юридических лиц. Отмечаются существующие противоречия при установлении вины юридических и физических лиц в рамках реализации административной ответственности. Предложено направление совершенствования действующего административного законодательства.

Необходимость разрешения вопроса, касающегося определения вины юридических лиц при привлечении к административной ответственности в настоящее время затрагивает умы значительного числа ученых. Среди них А. В. Шерстобитов, Д. А. Плетенев, А. Д. Горбуза, П. С. Дагель, И. Я. Казаченко, Т. Л. Сергеева, Е. А. Сухарев, Б. С. Утевский и др. Однако теоретические разработки института вины все еще находятся на начальной стадии, что не отвечает потребностям административно-правового противодействия противоправной деятельности юридических лиц на современном этапе.

Пробелы в правовом регулировании установления вины при совершении административных правонарушений, а также реализации административной ответственности юридических лиц в Республике Беларусь, отсутствие комплексных монографий, посвященных данной проблематике, в полной мере предопределяют актуальность выбранной темы, обуславливают возникновение необходимости проведения ряда научных исследований.

Основанием для наступления административной ответственности служит совершение административного правонарушения — виновного и противоправного действия [1]. Если противоправность является формальным признаком, не вызывающим затруднений для идентификации, то решение проб-

лемы определения вины, а также виновности неодушевленного субъекта не представляется однозначной.

Определение вины юридического лица является одной из самых сложных практических проблем непосредственно в правоприменительной, административно-юрисдикционной деятельности, особенно сейчас, когда административная ответственность юридических лиц окончательно признана законодательно, в том числе на уровне Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях.

Традиционное понимание вины как психического отношения лица к совершенному им противоправному деянию, выраженному в форме умысла или неосторожности, нашло свое отражение в основных законодательных актах, таких как Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях, Уголовный кодекс Республики Беларусь, Гражданский кодекс Республики Беларусь, закрепляющих основания юридической ответственности.

Сущность вины юридического лица может быть рассмотрена через призму психического, социального, индивидуального и правового аспектов. Совокупность четырех перечисленных аспектов дает возможность раскрыть внутреннее содержание такой категории, как вина, определить сущность данного явления.

Психический аспект вины юридического лица проявляется через поступки физических лиц. Следовательно, основой волевой деятельности юридического лица выступает поступок физического лица. Именно в нем отражаются интеллектуальный, волевой и эмоциональный моменты сознательного волевого акта, служащие основополагающими признаками при установлении психического аспекта сущности вины.

Второй аспект сущности вины — социальный. Данный аспект проявляется в отрицательном отношении юридического лица как организации физических лиц к общественным ценностям, вызывая осуждение и отрицательную оценку со стороны общества и государства общественно опасного действия и лица, его совершившего.

Квалификация вины под призмой индивидуального аспекта позволяет выявить связь деятельности юридического лица и его ответственности. Лицо ответственно в той степени, в какой правонарушение субъектно, т.е. является его деянием, способным выразить отрицательное отношение к общественным ценностям.

Правовой аспект сущности вины подчеркивает, что она применима лишь как характеристика правонарушения. Волевая регуляция присуща любому поступку человека, но правовое значение воля и сознание, регулирующие общественно опасный поступок, приобретают лишь в связи с определением вины при совершении правонарушения.

Рассмотрение вины юридического лица как субъективного явления, т.е. как психологического отношения к противоправному деянию и его последствиям, дает ее понимание посредством проекции вины физических лиц, непосредственно осуществляющих действия от имени юридического лица. Оп-

ределенная таким способом вина юридических лиц должна пониматься как психологическое отношение к содеянному коллектива, определяемое по доминирующей воле в этом коллективе.

В научной литературе по данной проблематике отмечалось, что вина юридического лица не может произвольно определяться лишь при выявлении вины конкретного должностного лица. Так, с точки зрения Л. Иванова, доказыванию подлежит виновность всех работников, осуществляющих действия от имени организации в целом, следовательно, речь идет об исключительной возможности юридического лица выступать в качестве субъекта административной ответственности [2, с. 22].

Нельзя не отметить, что широкое распространение на современном этапе получила концепция разграничения вины юридического лица и его должностных лиц при совершении правонарушения, предполагающая, что за одно и то же правонарушение могут быть привлечены к ответственности либо субъект хозяйствования, либо его конкретное должностное лицо.

Анализируя современные научные концепции вины юридических лиц, можно сделать вывод, что получившая свое развитие тенденция сведения формы вины юридического лица к форме вины его единоличного органа или же организации в целом, неоправданно и влечет за собой обезличивание психического отношения конкретного лица к совершающему правонарушению, следовательно, его индивидуальной вины, что в своей основе противоречит принципу виновной ответственности при совершении административного правонарушения, являющегося основанием для наступления административной ответственности.

На наш взгляд, вся дееспособность юридического лица реализуется посредством деяний физических лиц, а само юридическое лицо существует лишь как форма правовой организации. Таким образом, представляется невозможным совершение административного правонарушения юридическим лицом без соответствующего действия лица физического, и чтобы избежать трудностей при определении вины юридического лица, полагаем целесообразным внести изменения в законодательное определение вины юридического лица, указав ее прямую привязку к вине соответствующего должностного лица, совершившего административное правонарушение. Кроме этого, актуальным остается вопрос, требующий правовой регламентации, а именно, доказывание вины юридического лица при отсутствии доказательств вины должностных лиц.

Источники

1. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс] : 21 апр. 2003 г., № 194-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2019 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

2. Иванов, Л. Административная ответственность юридических лиц / Л. Иванов // Рос. юстиция. — 2001. — № 3. — С. 21–23.

A. B. Иосифова, Е. А. Рак

Научный руководитель — кандидат экономических наук М. В. Маркусенко

ПРОБЛЕМЫ СЕКЮРИТИЗАЦИИ АКТИВОВ В БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассматривается перспективный механизм снижения кредитных рисков — секьюритизация активов. Оценивается влияние рейтинга Республики Беларусь на возможность осуществления операций по секьюритизации активов банков.

Вследствие осуществления банковской деятельности на балансе банков размещаются активы, подверженные высокому и низкому уровням кредитного риска. Такое размещение активов не эффективно, поскольку качественные активы несут риски всего кредитного портфеля банков [1].

Для решения задачи управления кредитным риском, привлечения инвестиций и развития рынка ценных бумаг предлагается новый для Республики Беларусь и уже имеющий успех в Америке, Европе и Азии механизм преобразования низколиквидных активов в ценные бумаги — секьюритизация.

Секьюритизация активов представляет собой финансирование или рефинансирование каких-либо активов банка, генерирующих доход, путем «преобразования» таких активов в торгуемую, ликвидную форму через выпуск облигаций или иных ценных бумаг [2].

В международной практике возможна секьюритизация любых активов [1]. В данной статье мы рассмотрим возможность секьюритизации пула проблемных кредитных активов банками Республики Беларусь (см. рисунок).



Источник: собственная разработка на основе [3].

Согласно рисунку в Республике Беларусь наблюдается тенденция к снижению доли проблемных активов банков. Однако проблема низколиквидных кредитов банковского сектора экономики Республики Беларусь по прежнему остается актуальной.

Основная идея «белорусской секьюритизации» состоит в том, что банки, имеющие на балансе значительную часть проблемных активов, получат воз-

можность списать их с баланса. Банкам целесообразно передавать данные проблемные активы по договорам уступки требования специализированной финансовой организации, чтобы получить рефинансирование на денежном рынке или рынке капитала. Специализированная финансовая организация осуществит выпуск ценных бумаг, обеспеченных данными активами, и совершил сделку продажи выпущенных ценных бумаг инвесторам [1].

В Республике Беларусь еще не совершалось сделок по секьюритизации, однако работа в этом направлении уже ведется. 16 сентября 2019 г. в нашей стране зарегистрирована специальная финансовая организация — Агентство по реструктуризации обязательств и секьюритизации активов. В соответствии с Указом № 154 агентство наделено особым правовым статусом и будет осуществлять исключительный вид деятельности — секьюритизацию активов. Основной целью организации является содействие развитию национального рынка ценных бумаг и создание условий для привлечения новых инвестиций в экономику с использованием инновационных финансовых инструментов.

Для Республики Беларусь такой инструмент, как секьюритизация, пока является новинкой, однако нет сомнений, что со временем и отечественные эмитенты, и инвесторы по достоинству оценят все его преимущества:

- репутационный эффект;
- расширение круга инвесторов;
- возможность привлечения долгосрочных ресурсов;
- реструктуризация долгов клиентов;
- перераспределение риска между участниками [1].

Наряду со своими выгодами секьюритизация имеет достаточное количество недостатков. Для Республики Беларусь актуальным остается вопрос о том, кто будет приобретать обеспеченные активами ценные бумаги.

Если рассматривать внутренний рынок ценных бумаг Республики Беларусь, то здесь перспективы небольшие, поскольку на сегодняшний день он развит в недостаточной мере.

Что касается зарубежных инвесторов, то для них ключевую роль играет рейтинг реализуемых ценных бумаг.

Республика Беларусь имеет страновой рейтинг BBB. Рейтинг BBB в соответствии с рейтинговой шкалой S&P является инвестиционным и означает, что отсутствует или крайне низка вероятность неплатежа основного долга и процентов, а долговые обязательства имеют достаточно высокий уровень обеспеченности [4]. Однако стране, имеющей такой рейтинг, помимо высокой доходности придется предлагать дополнительные гарантии и льготы, в том числе налоговые, а также инструменты хеджирования валютного риска. Причем сопутствующий любой сделке секьюритизации рейтинговый процесс — достаточно сложное и дорогое мероприятие.

В настоящее время о секьюритизации все чаще говорят как об универсальном механизме привлечения новых инвестиций, имеющем особое значение именно для стран с развивающимися рынками, к которым можно отнести

и Беларусь. Однако данный механизм снижения кредитного риска еще требует доработок.

Источники

1. Насонова, И. Совершенствование потребительского кредитования в Республике Беларусь за счет использования механизма секьюритизации / И. Насонова // Вестн. Ассоц. белорус. банков. — 2018. — № 3 (836). — С. 11–16.
2. Насонова, И. Мировой опыт осуществления кредитных операций / И. Насонова // Вестн. Ассоц. белорус. банков. — 2018. — № 8 (831). — С. 29–34.
3. Статистический бюллетень. Ежегодник (2009–2018) [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/bulletinyearbook/statistics_bulletin_yearbook_2018.pdf. — Дата доступа: 09.10.2019.
4. О методологии, отчетности и иной информации рейтингового агентства [Электронный ресурс] : постановление Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 12 авг. 2019 г., № 324 // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.nbrb.by/legislation/documents/pp_324.pdf. — Дата доступа: 02.10.2019.

А. Д. Казючи

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Головач

ВЛИЯНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА НЕНАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ КАК МЕРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ДОСТОВЕРНОСТЬ ИХ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

*В статье раскрыты последствия неначисления амортизации в 2015–2018 гг. рядом промышленных организаций и влияние восстановления амортизации начиная с 2019 г. на основные финансовые показатели деятельности в части их иска-
жения.*

В соответствии с законодательством Республики Беларусь отдельным стратегически важным промышленным организациям на протяжении 2015–2018 гг. предоставлялось право не начислять амортизацию по всем или отдельным объектам основных средств и нематериальных активов [1, 2]. Это было сделано с целью снижения себестоимости производимой ими продукции, повышения ее конкурентоспособности и финансового оздоровления данных организаций.

Вместе с тем уже с 01.01.2019 г. возможность не начислять амортизацию сохраняется только по основным средствам и нематериальным активам, предусмотренным бизнес-планами инвестиционных проектов по созданию

или модернизации производств [2]. По всем остальным объектам основных средств и нематериальных активов с 01.01.2019 г. необходимо вернуться к начислению амортизации в полном объеме с применением порядка ее начисления, установленного Инструкцией № 37/18/6 [3]. Постановления № 84 и 802 [1, 2], предоставившие право не начислять амортизацию в 2017–2018 гг. по всем или отдельным объектам основных средств, используемым в предпринимательской деятельности, и ранее действовавшие постановления, предоставлявшие такое право в 2015–2016 гг., при возврате к начислению амортизации содержат обязательное требование — продление нормативных сроков службы и сроков полезного использования таких объектов на срок, равный периоду, в котором по ним не начислялась амортизация. При этом следует отметить, что единовременного доначисления «неначисленной» амортизации указанными постановлениями не предусмотрено [2].

Таким образом, если организация в 2015–2018 гг. временно не начисляла амортизацию, то остаточная стоимость основных средств будет выше, чем если бы амортизация начислялась в общеустановленном порядке. В результате, во-первых, имеют место несоответствие учетных и фактических данных и искажение информации финансовой отчетности, во-вторых, нарушается концептуальный принцип соответствия доходов и расходов и, в-третьих, у организации отсутствуют реальные средства для обновления основных средств в указанный период, так как амортизационные накопления как источник обновления и модернизации основных средств не включались в себестоимость реализованной продукции и, следовательно, не возвращались в выручку от реализации. Неначисление амортизации основных средств кратковременно может улучшить текущее финансовое состояние организации, так как неначисленная амортизация не будет включена в себестоимость произведенной и реализованной продукции, работ, услуг, что увеличит прибыль (уменьшил убыток) и собственный капитал организации. Однако в последующих периодах данный кратковременный эффект полностью нивелируется и, более того, может наоборот привести к ухудшению финансового состояния организации из-за невозможности конкурировать по ценовому фактору производимой продукции ввиду резкого повышения затрат на производство на сумму амортизации и по качественному фактору производимой продукции ввиду отсутствия финансовых средств для обновления и модернизации основных средств.

Что касается несоответствия учетных и отчетных данных и фактического состояния и стоимости активов организации, то, во-первых, неначисление амортизации вызывает искажение информации в бухгалтерском балансе об остаточной стоимости основных средств (она будет завышена), о величине запасов, в частности величине незавершенного производства и готовой продукции (она будет занижена), о величине нераспределенной прибыли (она будет завышена). При этом будет иметь место не только искажение финансовой отчетности за периоды, в которых амортизация не начислялась, а фактически основные средства эксплуатировались и приносили экономические выгоды,

но искажение финансовой отчетности в будущих периодах, так как продлевается срок полезного использования основных средств. Кроме сказанного такой подход приводит к тому, что реальная степень физического износа основных средств не соответствует их «бумажной» степени. По данным бухгалтерского баланса степень износа основных средств будет ниже, а степень годности — выше. Такая ситуация возникает в силу методики расчета коэффициентов износа и годности основных средств. Во-вторых, такой подход приводит к искажению информации в отчете о прибылях и убытках при формировании показателей финансовых результатов, так как будет уменьшена сумма расходов по текущей деятельности и соответственно искусственно завышена прибыль или занижен убыток от текущей деятельности.

Рассмотрим сказанное на примере. Нормативный срок службы оборудования — 10 лет. Срок полезного использования, принятый при вводе в эксплуатацию, — 7 лет. Первоначальная стоимость — 80 тыс. руб. Организация использует линейный способ начисления амортизации. Годовая сумма амортизации — 11,4 тыс. руб. (80 тыс. руб. / 10), месячная — 0,95 тыс. руб. (11,4 тыс. руб. / 12).

Оборудование принято к учету в июне 2016 г., амортизация по нему начислялась начиная с июля 2016 г. Согласно постановлениям № 84 и 802 в 2017 и 2018 гг. амортизация не начислялась. С момента постановки на учет оборудования до 1 января 2017 г. прошло 6 месяцев и начислена амортизация в сумме 5,7 тыс. руб. (0,95 тыс. руб. · 6 мес.). В 2017 и 2018 гг. амортизация не начислялась, остаточная стоимость на 01.01.2019 г. составит 74,3 тыс. руб. (80 — 5,7).

С 01.01.2019 г. нормативный срок и срок полезного использования следует продлить: нормативный срок составит 12 лет, срок полезного использования — 9 лет. Остаточный срок полезного использования следует рассчитать исходя из продленного срока полезного использования и срока фактической эксплуатации объекта до момента возобновления начисления амортизации (включается период, в котором амортизация не начислялась). Остаточный срок полезного использования на 01.01.2019 г. составит 6,5 лет (9 — 2,5). Соответственно с 01.01.2019 г. годовая сумма амортизации составит 11,4 тыс. руб. (74,3 тыс. руб. · 1 / 6,5), месячная — 0,95 тыс. руб. (11,4 тыс. руб. / 12). Если бы амортизация по данному объекту начислялась за весь период его эксплуатации, то на 01.01.2019 г. остаточная стоимость оборудования составила бы 51,5 тыс. руб. (80 — (30 · 0,95)).

В таблице представлены отличия отдельных статей бухгалтерского баланса на 01.01.2019 г. при условии, что в 2017–2018 гг. амортизация по оборудованию либо начислялась, либо не начислялась.

При этом следует отметить, что искажаются не только данные бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, но и данные налогового учета, а именно, налогооблагаемые базы для исчисления НДС из выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг, налога на прибыль и налога на недвижимость.

Баланс на 1 января 2019 г.

Амортизация в 2017–2018 гг. начислялась		Амортизация в 2017–2018 гг. не начислялась	
Статья	Сумма, тыс. руб.	Статья	Сумма, тыс. руб.
Основные средства	51,5	Основные средства	74,3
...
Готовая продукция	1000	Готовая продукция	977,2

Источники

1. О неначислении амортизации по основным средствам и нематериальным активам в 2018 и последующих годах [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 30 окт. 2017 г., № 802 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

2. О вопросах начисления амортизации основных средств и нематериальных активов в 2017 году [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 30 янв. 2017 г., № 84 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

3. Об утверждении Инструкции о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов [Электронный ресурс] : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь, М-ва финансов Респ. Беларусь, М-ва архитектуры и строительства Респ. Беларусь, 27 фев. 2009 г., № 37/18/6 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

B. И. Квятковская

Научный руководитель — кандидат экономических наук М. В. Маркусенко

ХЕДЖИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВАЛЮТНЫХ РИСКОВ

В статье рассматриваются способы хеджирования валютных рисков, определена специфика фьючерсов и форвардов как инструментов хеджирования валютных рисков. Обозначены преимущества и недостатки хеджирования. Актуальность темы обусловлена тем, что хеджирование валютных рисков остается неизведанной территорией для отечественных предприятий.

Управление рисками преследует цель достижения оптимального баланса между получением прибыли и сокращением убытков хозяйствующего субъекта. В вопросе управления валютным риском следует особо подчеркнуть сложность прогнозирования валютного курса на длительную временную перспективу. Мировая практика свидетельствует, что одним из основных

и наиболее востребованных способов ограничения и управления валютными рисками является использование метода хеджирования валютного риска на основе производных финансовых инструментов [1].

Хеджирование — это защитный механизм ограничения убытков от возможных негативных сценариев на финансовых рынках; это использование одного инструмента для снижения риска, связанного с неблагоприятным влиянием рыночных факторов на цену другого, связанного с первым, инструмента, или на генерируемые им денежные потоки [2].

Преимущества хеджирования заключаются в следующем:

- минимизируются ценовые риски;
- растут информационная прозрачность и прогнозируемость;
- повышаются стабильность и финансовая устойчивость;
- система принятия управленческих решений становится более гибкой за счет широкого диапазона контрагентов, инструментов и параметров сделки;
- снижается стоимость привлечения капитального и долгового финансирования.

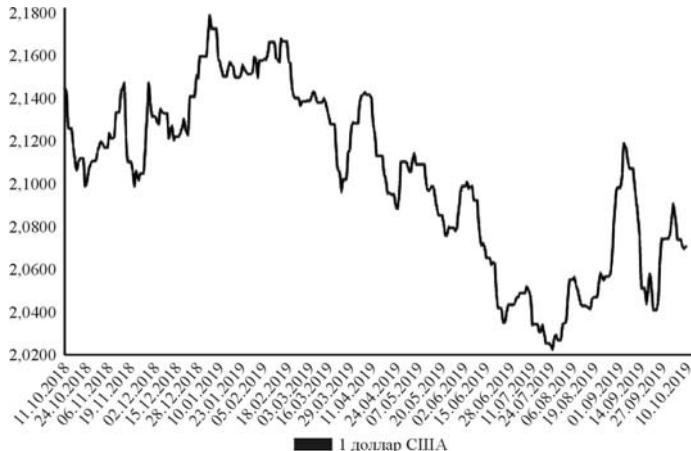
Вместе с тем рассмотренный механизм страхования не является панацеей от всех бед, поскольку имеет ряд существенных недостатков:

- лишние расходы на открытие и выполнение обязательств по хеджирующим сделкам;
- риск изменений в законодательстве в экономической и налоговой политике (введение пошлин, сборов, акцизов). В этой ситуации хедж не только не защитит, но и приведет к убыткам;
- биржевые ограничения;
- увеличение количества и усложнение структуры сделок [3].

Инструмент хеджирования выбирается таким образом, чтобы неблагоприятные изменения цены хеджируемого актива или связанных с ним денежных потоков компенсировались изменением соответствующих параметров хеджирующего актива. Базовыми производными финансовыми инструментами, на основании которых строятся разнообразные комбинации, являются форварды, фьючерсы и опционы.

Большинство компаний ощущает негативное воздействие на бизнес в связи с колебаниями курсов иностранной валюты по отношению к белорусскому рублю (см. рисунок).

Поэтому волатильность валютного курса является весомым фактором риска, а операции хеджирования имеют место быть. Так как у нас в стране режим «плавающего курса» колебания валютного курса является главным фактором риска. Поскольку Республика Беларусь выбрала путь экспортноориентированности, то руководителям организаций следует задуматься о страховании валютных рисков, так как расчеты за товары и услуги осуществляются в иностранной валюте.



Динамика изменения официального курса белорусского рубля по отношению к доллару США

Источник: собственная разработка на основе [4].

В настоящее время в Республике Беларусь операции хеджирования не получили широкого распространения в силу низкой информированности клиентов, а также неурегулированности вопросов налогообложения и бухгалтерского учета данных операций. Стратегией развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года в рамках развития инструментов хеджирования рисков предусмотрены совершенствование законодательства в области обращения и регулирования инструментов срочного финансового рынка; разработка методологии учета операций хеджирования для организаций; формирование предложений о совершенствовании налогообложения инструментов срочного финансового рынка, поэтому можно ожидать, что в ближайшее время организации смогут использовать преимущества хеджирования финансовых рисков в полной мере [5].

Таким образом, для управления валютным риском следует применять такой метод, как хеджирование — это защитный механизм ограничения убытков от возможных негативных сценариев на финансовых рынках; это использование одного инструмента для снижения риска, связанного с неблагоприятным влиянием рыночных факторов на цену другого, связанного с первым, инструмента или на генерируемые им денежные потоки. Иначе говоря, хеджирование представляет собой способ страхования от возможных потерь путем заключения уравновешивающей сделки.

Источники

1. Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты [Электронный ресурс] : электронный сб. ст. III Междунар. науч.-практ. onli-

пе-конф., Новополоцк, 18–19 апр. 2019 г. / Погоцк. гос. ун-т. — Новополоцк, 2019. — С. 183.

2. Снижение экономических рисков за счет эффектов валютной интеграции стран — членов ЕАЭС [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/bv/Arch/666.pdf>. — Дата доступа: 09.10.2019.

3. Развитие рынка производных валютных инструментов: определение последовательности шагов [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/finsector/forexhedging/derivatesmarketdevelopment2015.pdf>. — Дата доступа: 09.10.2019.

4. График изменения официального курса белорусского рубля по отношению к иностранным валютам, устанавливаемого Национальным банком Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/Statistics/Graphic>. — Дата доступа: 10.10.2019.

5. О стратегии развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21700229&p1=1>. — Дата доступа: 09.10.2019.

O. I. Кисель

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. В. Буховец

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ И ИЗМЕРЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ

В статье раскрыта сущность цифровой экономики, представлены основные индексы развития цифровой экономики и особенности их расчета и измерения в мировой практике, показано место Республики Беларусь в данных индексах, сформулирован вывод о выявленных достоинствах и недостатках данных индексов.

На протяжении истории человечества экономика проходила через значительные трансформации. Если в X в. в качестве главного фактора производства рассматривалась земля, а в XIX в. — капитал, то экономику XXI ст. невозможно представить без информации. В эпоху развития цифровой экономики именно информация становится основным ресурсом, а вся экономическая деятельность основана на цифровых технологиях.

Уровень развития цифровой экономики измеряют на основе различных композитных индексов, интегрирующих отдельные субиндексы, которые характеризуют цифровую трансформацию отдельных секторов экономики и жизни общества:

- Индекс развития информационно-коммуникационных технологий (ICT Development Index — IDI);
- Индекс развития электронного правительства (The UN Global E-Government Development Index — EGDI);

- Индекс электронного участия (E-Participation Index — EPART);
- Глобальный индекс инноваций (The Global Innovation Index — GII) [1, р. 6].

Индекс развития информационно-коммуникационных технологий (IDI) рассчитывается с 2009 г. Международным союзом электросвязи, что позволяет отслеживать динамику страны в области ИКТ [2]. В 2017 г. данный рейтинг включил 176 стран мира.

IDI строится на основе трех субиндексов, каждый из которых включает свой набор показателей, характеризующих отдельную группу процессов: ИКТ-доступ, ИКТ-использование и ИКТ-навыки. Агрегирование показателей происходит по формуле среднего арифметического, в свою очередь субиндексы входят в единый индекс с весами 0,4; 0,4; 0,2 соответственно.

Индекс развития электронного правительства (EGDI) рассчитывается Департаментом экономического и социального развития ООН (UNDESA) один раз в два года. EGDI измеряет готовность и возможность национальных органов управления использовать ИКТ для организации и реализации государственных услуг населению и бизнесу. Он базируется на наблюдениях за техническими особенностями и содержанием национальных web-сайтов всех государств — членов ООН.

EGDI есть средневзвешенное трех субиндексов: «Объем и качество онлайн-услуг», «Развитость телекоммуникационной инфраструктуры» и «Человеческий капитал». Каждый из субиндексов в свою очередь является средневзвешенным из своих показателей [3].

Еще одной составляющей оценки цифровой экономики является публикуемый ООН Индекс электронного участия (EPART) — показатель развития сервисов активной коммуникации между гражданами и государством. Цель индекса заключается в отражении механизмов электронного участия граждан в правительственные веб-сайтах. Сфера электронного участия в свою очередь рассматривается через призму технологий участия, включающих специализированные порталы и другие интернет-сайты, социальные сети, мобильные платформы и устройства, технологии открытого правительства и данных [3].

Глобальный инновационный индекс (GII) рассчитывается с 2007 г. французской бизнес-школой INSEAD и Корнельским университетом (США) при поддержке Всемирной организации по интеллектуальной собственности. Данный индекс является важнейшим в мире индикатором инновационных успехов страны.

Глобальный индекс инноваций составлен из 82 различных переменных, которые детально характеризуют инновационное развитие стран мира, находящихся на разных уровнях экономического развития. Индекс рассчитывается как взвешенная сумма оценок двух групп показателей: располагаемые ресурсы и условия для проведения инноваций (институты, человеческий капитал и исследования, инфраструктура, развитие внутреннего рынка и развитие бизнеса); достигнутые практические результаты осуществления инноваций

(развитие технологий и экономики знаний, результаты творческой деятельности) [4].

Позиции Республики Беларусь в данных рейтингах в сравнении с Российской Федерацией представлены в табл. 1.

Таблица 1

Положение Республики Беларусь и Российской Федерации в международных рейтингах, характеризующих развитие цифровой экономики

Рейтинг	2016 г.		2017 г.	
	Республика Беларусь	Российская Федерация	Республика Беларусь	Российская Федерация
	Позиция / Значение индекса		Позиция / Значение индекса	
IDI	32 / 7,29	45 / 6,91	32 / 7,55	43 / 6,79
EGDI	49 / 0,6625	35 / 0,7215	38 / 0,7641	32 / 0,7969
EPART	76 / 0,5593	35 / 0,7215	33 / 0,8820	32 / 0,7969
GII	79 / 30,39	43 / 38,50	86 / 29,35	46 / 37,90

Источник: собственная разработка на основе [1–3].

Систематизируем показатели, на основании которых рассчитываются международные индексы, в табл. 2.

Таблица 2

Характеристика рассматриваемых в международных рейтингах групп показателей развития цифровой экономики

Группы показателей	NRI	EGDI	EPART	GII
1	2	3	4	5
Оценка институциональной среды	+	–	–	+
Оценка уровня инновационного окружения	+	–	–	+
Развитость телекоммуникационной инфраструктура	+	+	+	+
Доступность ИК-услуг по цене	+	–	–	–
Уровень образования населения	–	+	–	+
Развитие практических навыков использования ИКТ	+	+	–	+
Направления использования интернета населением	+	–	–	–
Использование цифровых технологий в бизнесе	+	–	–	+
Доступ к государственным электронным услугам	+	+	+	–
Оценка информационной безопасности	–	–	–	+

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5
Развитость сектора ИКТ	—	—	—	+
Уровень международного сотрудничества в области ИКТ	—	—	—	—
Влияние ИКТ на экономику	+	—	—	+
Влияние ИКТ на социум	+	—	—	+

Источник: собственная разработка на основе [1–3].

Таким образом, индексы IDI, EGDI и EPART имеют более социальную направленность и предоставляют скорее социально-экономическую интерпретацию — они предназначены для характеристики уровня развития информационного общества, однако в недостаточной степени характеризуют цифровизацию бизнеса и промышленности, развитие e-торговли. Индекс GCI характеризует в большей степени институциональные, экономические и технологические показатели, отражающие развитие нормативно-правовой базы, использование ИКТ в бизнесе, а также информационную безопасность.

Следует отметить, что рассмотренные международные индексы имеют определенные недостатки: каждый из них не учитывает особенности конкретной страны; существующие методики оценивают техническую сторону, отождествляя развитие цифровой экономики и уровень ИКТ-инфраструктуры и подготовленности населения. Но цифровая экономика — это сложное комплексное явление, связанное с процессом трансформации социально-экономических институтов общества на микро- и макроуровне. В этой связи необходимо оценивать цифровую экономику на основе целого ряда показателей, которые позволяют проанализировать цифровую экономику на различных уровнях.

Источники

1. Measuring the Information Society Report. Volume 1. — Geneva : ITU, 2017. — 156 p.
2. UN E-Government Knowledgebase [Electronic resource] // United Nations. — Mode of access: <https://publicadministration.un.org>. — Date of access: 07.10.2019.
3. Доклад о глобальной конкурентоспособности 2016–2017 гг. [Электронный ресурс] // World Economic Forum. — Режим доступа: <https://www.weforum.org>. — Дата доступа: 07.10.2019.
4. Going digital [Electronic resource] // OECD. — Mode of access: <http://www.oecd.org/going-digital>. — Date of access: 08.10.2019.

E. A. Клесун, K. B. Мощенок

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. М. Овечкина

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЛОГИСТИКИ 4.0

В статье изложена экономическая сущность концепции логистики 4.0 как системы управления потоковыми процессами, основанной на цифровых и интернет-технологиях, определены ее основные механизмы. Рассмотрено становление и развитие логистики 4.0 в Республике Беларусь.

Цифровая революция в экономике предопределила появление логистики 4.0 как системы управления потоковыми процессами, основанной на цифровых и интернет-технологиях, что предполагает фокусирование на функциональной и общеорганизационной координации участников всей цепочки поставок. Развитие концепции логистики 4.0 в функционировании современных предприятий определено необходимостью решения новых проблем, которые требуют технологических изменений, таких как высокая потребность в прозрачности цепочки поставок, контроль целостности цепочки поставок, проектирование сетей снабжения для достижения бережливости, гибкость, устойчивость и экологичность цепочки поставок. Эксперты отмечают, что как причиной, так и следствием применения инноваций в логистической деятельности является растущая конкуренция.

Основными векторами логистики 4.0 являются транспортные биржи, автоматизация потоковых процессов, «диджитализация» (цифровизация) техники и оборудования, информационно-коммуникационные новации. Выделяют наиболее важные технологические тренды логистики 4.0: 3D-печать, большие (объемные) данные (BigData), облачные технологии, интернет вещей (InternetofThings, IoT), роботизация и автоматизация, самоуправляющие устройства.

3D-печать — методика изготовления объемных изделий на основе цифровых моделей — позволяет ускорить доставку товаров на рынок за счет налаживания производства рядом с покупателем, персонализировать продукцию под любые запросы потребителей, это способствует сведению к минимуму объема запасов, стоимости транспортировки и риска устаревания продуктов. Mercedes-BenzTrucks совместно с инженерами головной компании Daimler использует технологию 3D-печати для решения вопроса невыполненных заказов по доставке запчастей: необходимая деталь/компонент, печатается на ближайшем заводе [1].

Аналитическая оценка данных на базе механизма BigData предоставляет хозяйствующим субъектам возможность увеличить гибкость и реактивность в цепочке поставок: использование большого количества актуальной информации из различных источников помогает уточнить ожидаемые результаты, провести корректировку процессов и обеспечить их синхронизацию с учетом факторов рынка, в целом обеспечить полную видимость логистической цепи

от завода-изготовителя до конечного потребителя в режиме реального времени, любые сбои диагностируются и в схему поставки оперативно вносятся соответствующие изменения.

Облачные технологии — это предоставление интернет-ресурса (так называемого облака) посредством интернет-служб (серверов, хранилищ, баз данных, сетевого оборудования, программного обеспечения, аналитики). Модульные облачные логистические платформы обеспечивают открытый веб-доступ к соответствующим ИТ-услугам, которые можно гибко настраивать и интегрировать в цепочки поставок. Облачные глобальные цепочки поставок объединяют все данные и информацию в единую систему, обеспечивая управление в режиме реального времени и адресное выполнения заказов (посредством онлайн системы).

Интернет вещей (IoT) — концепция вычислительной сети физических устройств («вещей»), оснащенных встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой, рассматривающая организацию таких сетей, как явление, способное перестроить экономические и общественные процессы, исключающее из части действий и операций необходимость участия человека [2, с. 5]. Концепция IoT предлагает широкий спектр преимуществ для поставщиков логистических услуг и конечных клиентов во всей цепочке создания стоимости: генерирование, сбор, передачу, анализ и распределение данных, автоматизацию бизнес-процессов в режиме реального времени, мониторинг состояния потоковых процессов. Так, с помощью IoT-сенсоров швейцарская фирма SkyCell смогла создать контейнер для перевозки биофармацевтических препаратов, которые требуют строгого соблюдения уровня влажности и температурных режимов, и уменьшить в 2017 г. уровень порчи фармацевтических препаратов во время перевозки с 8,5 до менее 0,1 % [3].

Роботизация в логистике находит широкие сферы применения: роботы для сбора, упаковки и сортировки товаров, роботы для разгрузки прицепов и контейнеров, роботы-помощники для местной доставки. Роботизация позволяет обеспечить гибкую автоматизацию складирования и быстрое выполнение заказов, увеличить скорость и объем грузоперевозок, снизить затраты, повысить срок службы и безопасность грузового транспорта, уменьшить ошибки от использования ручного труда.

Развитие информационно-коммуникационных технологий в Республике Беларусь осуществляется в рамках Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [4].

С 2012 г. действует СООО «Белорусские облачные технологии» — «beCloud» — первый инфраструктурный оператор, платформы которого размещены и функционируют на базе собственного data-центра в Республиканском центре обработки данных и в Единой сети передачи данных [5]. С 2017 г. мобильным оператором Velcom произведен в Беларуси коммерческий запуск узкополосной сети для интернета вещей — NB IoT (Narrow Band Internet of

Things) [6]. В рамках XXVI Международного ИКТ-форума «ТИБО-2019», который проводит в Минске с 9 по 12 апреля компания Velcom / A1 представила ряд новых разработок, которые будут масштабированы на всю территорию Беларуси [7]. 4 апреля 2019 г. Минским отделением Белорусской торгово-промышленной палаты была организована конференция «Логистика 4.0. Платформа Trans.eu — автоматизация логистических процессов», в которой приняли участие представители 35 компаний Беларуси [8]. Система Trans.eu — это платформа, объединяющая экспедиторов с перевозчиками и производителями. Инновационные решения позволяют быстрее управлять грузоперевозками и обеспечивают доступ к надежным партнерам. Беларусь развивает собственную транспортную биржу Transinfo.by, на которой зарегистрировано 55 000 предприятий Беларуси и ближнего зарубежья (ежедневно с порталом работают около 10 000 уникальных пользователей) [9]. В республике используются RFID-метки (RadioFrequencyIDentification, радиочастотная идентификация), автоматизированные системы управления.

Вместе с тем, как отмечают специалисты, в Беларуси не хватает готовых сервисных решений (программных продуктов) для бизнеса, что определяет ее значительное отставание в развитии логистики. По оценке Всемирного банка в 2018 г. Республика Беларусь находилась на 103-м месте в мировом рейтинге развития логистики [10].

Таким образом, использование логистики 4.0 позволяет автоматизировать управление всеми технологическими процессами в цепи поставок, сократить производственные циклы, повысить уровень обслуживания клиентов, что способствует устойчивому экономическому развитию хозяйствующего субъекта и повышению его конкурентоспособности. По мнению специалистов логистика 4.0 становится драйвером развития многих компаний.

Источники

1. Mercedes-Benz начал изготавливать на 3D-принтерах металлические детали [Электронный ресурс] // Drom.ru. — Режим доступа: <https://news.drom.ru/Mercedes-Benz-3D-54307.html>. — Дата доступа: 06.03.2019.
2. Грингард, С. Интернет вещей. Будущее уже здесь / С. Грингард. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 188 с.
3. Smart Containers — умные контейнеры [Электронный ресурс] // Golos. — Режим доступа: <https://golos.io/blockchain/@henryroo/smart-containers-umnye-kontejnery-dostavka-redkikh-skoropartyashikh-sy-lekarstv-i-tovarov-na-blockchain>. — Дата доступа: 10.03.2019.
4. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 235 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Наци. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
5. Республиканская платформа [Электронный ресурс] // СООО «Белорусские облачные технологии». — Режим доступа: <http://becloud.by/activities/tr/>. — Дата доступа: 03.04.2019.

6. В Беларуси запустят первую умную сеть для «интернета вещей» [Электронный ресурс] // БелТА. — Режим доступа: <https://www.belta.by/tech/view/v-belarusi-zapustjat-pervuju-set-dlja-interneta-veschej-271664-207>. — Дата доступа: 03.04.2019.
7. Новости технологий [Электронный ресурс] // БелТА. — Режим доступа: <https://www.belta.by>. — Дата доступа: 12.04.2019.
8. Логистика 4.0. Платформа Trans.eu — автоматизация логистических процессов [Электронный ресурс]: материалы конф. // Минское отделение Белорусской торгово-промышленной палаты. — Режим доступа: https://www.tppm.by/announcement/index.php?ELEMENT_ID=22885. — Дата доступа: 10.04.2019.
9. Белорусский портал грузоперевозок Transinfo.by [Электронный ресурс] // ТС. — Режим доступа: <http://www.tc.by/exhibitions/transport2017/catalog/7967.html>. — Дата доступа: 10.04.2019.
10. International LPI Global Ranking [Electronic resource] // World Bank Group. — Mode of access: <http://www.lpi.worldbank.org/international/global/>. — Date of access: 30.01.2019.

E. С. Коваленок

Научный руководитель — кандидат юридических наук И. Г. Скороход

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГИБКИХ ФОРМ ЗАНЯТОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитие гибких форм занятости — необходимое средство совершенствования трудовых отношений в современных социально-экономических условиях. Применение альтернативных форм занятости позволит позитивно влиять на рынок труда страны, учитывать социально-психологические и другие особенности трудоспособности отдельных социально-демографических групп населения. Автомом дополнены теоретические положения в отношении гибких форм занятости и разработаны обоснованные рекомендации по их развитию.

В ст. 41 Конституции Республики Беларусь закреплено, что гражданам гарантируется право на труд как наиболее достойный способ самоутверждения человека, т.е. право на выбор профессии, рода занятой и работы в соответствии с призванием, способностями, образованием, профессиональной подготовкой и с учетом общественных потребностей, а также на здоровые и безопасные условия труда. Государство создает условия для полной занятости населения [1].

В связи с изменением социально-экономических условий, таких как технический прогресс, процесс информатизации, глобализация и т.п. стали получать все большее развитие гибкие формы занятости населения. Они являются относительно новым видом деятельности человека и призваны решить ряд таких проблем, как безработица, поиск новых источников рабочей силы, их разумное и выгодное применение. Развитие гибких форм занятости — не-

обходимое средство совершенствования трудовых отношений в современных социально-экономических условиях. Применение альтернативных форм занятости позволит позитивно влиять на рынок труда страны, учитывать социально-психологические и другие особенности трудоспособности отдельных социальных групп.

Однако на сегодняшний день нет четкого единства понятия «гибкие формы занятости». В обобщенном понимании нестандартная занятость представляет собой трудовые отношения, у которых отсутствует хотя бы одна из пяти обязательных черт стандартной занятости:

- один наниматель;
- помещение со средствами труда, принадлежащими нанимателю;
- установленная продолжительность рабочего времени;
- наличие трудового договора;
- нахождение в сфере действия трудового договора [2, с. 182].

Само по себе отсутствие даже одного из пунктов может вызвать некоторые подозрения как у потенциальных работников, так и у нанимателей. Потому как существует мнение, что работники, занятые посредством гибких форм занятости, имеют меньшие социальные гарантии по сравнению с постоянным кадровым составом предприятий. Это связано с недостаточной информированностью сторон трудовых правоотношений о сущности гибкой занятости, а также с недостаточностью правового регулирования указанной сферы общественных отношений.

Поэтому в современном мире важным элементом для эффективной деятельности организации и ее конкурентоспособности является развитие и совершенствование гибких форм занятости. В Республике Беларусь это направление нашло отражение в Законе «Об изменении законов» от 18 июля 2019 г., которым в Трудовой кодекс вводится целая глава, направленная на установление особенностей регулирования труда работников, выполняющих дистанционную работу. Дистанционной работой согласно ст. 3071 данного закона считается работа, которую работник выполняет вне места нахождения нанимателя с использованием для этой работы и осуществления взаимодействия с нанимателем информационно-коммуникационных технологий [3].

Дистанционная работа открывает новые возможности для самозанятости граждан, которые, например, не состоят в штате организаций и выполняют работу по гражданско-правовому договору, так как теперь, чтобы работать дистанционно, следует заключать трудовой договор, из чего следует, что на работников, осуществляющих дистанционную работу, будут распространяться нормы Трудового кодекса Республики Беларусь. Таким образом, дистанционный труд как альтернатива гражданско-правовым отношениям между нанимателем и работником обеспечивает последнему все социально-трудовые гарантии, предусмотренные трудовым законодательством.

Не вызывает сомнений, что введение в Трудовой кодекс новой главы о дистанционной работе является успешным нововведением в указанную

сферу общественных отношений. Однако это все же недостаточное условие для успешного развития нестандартных форм занятости.

В целях развития гибких форм занятости в Республике Беларусь необходимо разработка единой Концепции их правового регулирования. Одним из возможных путей решения может стать включение в Трудовой кодекс отдельной главы, посвященной гибкой занятости, что внесло бы ясность в правовую природу данного явления, точно определило на законодательном уровне понятия, относящиеся к гибким формам занятости. В Гражданский кодекс можно внести изменения о регулировании гражданско-правовых соглашений по гибким формам занятости. Более детальное правовое регулирование может быть осуществлено посредством применения специальных нормативных правовых актов, посвященных регламентации отдельных форм занятости. Так, например, во многих государствах, таких как Германия, Дания, Литва и др., по отдельным гибким формам занятости принимаются специальные законы.

Курс Республики Беларусь на социально ориентированную экономику предполагает равные стартовые возможности для реализации всеми гражданами права на труд, добровольность труда, гарантии работникам и безработным, развитие трудовых ресурсов и т.д. в соответствии с Конституцией Республики Беларусь. Каждый участник процесса обеспечения достойного труда должен вложить то, чем он располагает: государство — обеспечить правовую базу в соответствии с положениями Конституции и выделить необходимые средства, работодатели — создать требуемые законодательством условия труда, предоставлять необходимые рабочие места, сориентировать граждан на полное и качественное выполнение трудовых обязанностей.

Источники

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 1999. — 1 / 0; 2004. — № 188. — 1 / 6032.
2. Пониматко, В. С. Преимущества использования в Республике Беларусь гибких форм занятости / В. С. Пониматко // Экономика глазами молодых : материалы V Междунар. экон. форума молодых ученых, Минск, 1–3 июня 2012 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г. А. Короленок [и др.]. — Минск : БГЭУ, 2012. — С. 182–184.
3. Об изменении законов [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 18 июля 2019 г., № 219-З//ЭТАЛОН. Законодательство Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

E. M. Кожанова, A. A. Монаков

Научный руководитель — кандидат юридических наук Н. И. Рудович

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНЫХ МЕХАНИЗМОВ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

В статье анализируется развитие предпринимательских отношений в сфере недвижимости, сделаны предложения по совершенствованию законодательства о риэлтерской деятельности.

Статья 1 Конституции Республики Беларусь определяет наше государство социальным, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. Реализация этих прав и свобод гражданином призвана определять смысл, содержание и эффективность применения законов белорусского государства [1]. Достойное развитие личности возможно лишь тогда, когда государство уделяет внимание таким важнейшим социально-экономическим правам, как право на труд, образование, охрану здоровья, а также право на жилье. В ст. 25 Всеобщей декларации прав человека закреплено: «Каждый человек имеет право на такой жизненный уровень, включая пищу, одежду, жилище, медицинский уход и необходимое социальное обслуживание, который необходим для поддержания здоровья и благосостояния его самого и его семьи» [2].

Особенностью современного социально-экономического развития белорусского рынка недвижимости является проникновение предпринимательской деятельности в сферу оказания социально-экономических услуг. Производство таких услуг в условиях рынка все более концентрируется в руках субъектов предпринимательства и осуществляется на коммерческой основе. Не привлекая значительные денежные средства, субъекты предпринимательской деятельности способны создать соответствующую инфраструктуру, которая с одной стороны будет содействовать решению социальных проблем (оптимизация эксплуатации жилищного фонда с целью наибольшего удовлетворения жилищных потребностей наших граждан), с другой — даст импульс для развития и функционирования экономических отношений в сфере недвижимости.

В научной литературе под рынком недвижимости понимается определенный набор механизмов, посредством которых передаются права на собственность и связанные с ней интересы, устанавливаются цены, распределяется пространство между различными конкурирующими вариантами землепользования [3]. Другими словами, рынок недвижимости представляет собой сферу вложения капитала в объекты недвижимости и системы экономических отношений, возникающих при операциях с недвижимостью. Эти отношения проявляются при купле-продаже недвижимости, ипотеке, сдаче объектов недвижимости в трастовое управление, аренду, наем и т.д.

В современных условиях регулирование экономических отношений на рынке недвижимости вынуждает государство занимать двойственную позицию. С одной стороны, оно обязано проводить политику либерализации экономических отношений путем принятия соответствующих нормативных правовых актов и создания соответствующей инфраструктуры; с другой стороны, призвано выступать гарантом соблюдения прав и свобод всех участников экономических отношений. С развитием рынка недвижимости начинает формироваться развернутая структура предпринимательской деятельности. Анализируя современное состояние белорусского рынка недвижимости, важно отметить, что рынок способствует развитию предпринимательской деятельности в различных сферах. Появляются новые виды профессиональной деятельности на рынке недвижимости. Среди них можно отметить и риэлтерскую деятельность.

На современном этапе развития белорусского рынка недвижимости особое значение приобретает совершенствование правового регулирования порядка осуществления риэлтерской деятельности в Республике Беларусь. Это обусловлено в первую очередь необходимостью обеспечения защиты права частной собственности, безопасности совершения сделок с недвижимым имуществом. Законодатели проделали достаточно объемную работу, направленную на осуществление комплексного регулирования сферы риэлтерских услуг. Рынок стал заметно более цивилизованным и открытым. Однако несмотря на положительные тенденции развития правового регулирования риэлтерских отношений, существующие нормативные правовые акты в данной сфере в полной мере не обеспечивают всестороннего и комплексного регулирования порядка осуществления риэлтерской деятельности.

Так, в последнее время достаточно активно среди профессиональных участников обсуждаются вопросы ценообразования в указанном сегменте рынка недвижимости. В положении о порядке оплаты риэлтерских услуг, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 20 июля 2009 г. № 957, было введено государственное регулирование указанных общественных отношений [4]. С учетом обязательной платы налога на добавленную стоимость риэлтерская услуга стала достаточно дорогостоящей и, следовательно, менее привлекательной для потребителей.

В связи с этим на рынке недвижимости наблюдаются тенденции, направленные на отмену государственного регулирования цен на риэлтерские услуги, связанные с объектами нежилого фонда. Предлагается также заменить фиксированные тарифы предельными максимальными тарифами на услуги, оказываемые физическим лицам (за исключением индивидуальных предпринимателей) в отношении объектов жилищного фонда, земельных участков, дач, садовых домиков, гаражей и машино-мест.

Поддерживая данную точку зрения, необходимо отметить, что риэлтерские услуги в Беларуси не являются обязательными, а тот порядок ценообразования (существующий на рынке риэлтерских услуг), не позволяет вовлечь в гражданский оборот большое количество объектов недвижимости, находящихся по всей территории Республики Беларусь.

Основная проблема с нынешним порядком ценообразования заключается в том, что государство устанавливает единый тариф для всех однотипных сделок независимо от их сложности. Одно дело провести «цепочную» сделку с разъездами-съездами, в которой задействована квартира, например, в совместной собственности, а совсем другое — чистая продажа квартиры с простой историей.

В связи с этим считаем необходимым предоставить агентствам недвижимости юридическую возможность объективно и самостоятельно оценивать свои услуги. Обращаясь к опыту зарубежных агентств недвижимости на постсоветском пространстве, наблюдается тенденция повышения качества оказываемых риэлтерских услуг: чем лучше специалист, тем выше стоимость услуги.

На основании вышеизложенного считаем необходимым отменить регулируемые тарифы на риэлтерские услуги. Это повысит не только конкурентоспособность на рынке недвижимости, но и обеспечит основу для внедрения новых технологий и более совершенных и дешевых способов осуществления риэлтерских услуг.

Источники

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятыми на resp. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 1999. — № 1. — 1/0 ; 2004. — № 188. — 1/6032.
2. Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс] : принята Генер. Ассамблеей ООН 10 дек. 1948 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
3. Стерник, Г. М. Анализ рынка недвижимости / Г. М. Стерник, С. Г. Стерник. — М. : Экономика, 2009. — 608 с.
4. О внесении изменений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14 марта 2008 г. № 386 [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 20 июля 2009 г., № 957 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

И. Ю. Козич

Научный руководитель — кандидат юридических наук Н. Ф. Карпиевич

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Статья посвящена вопросам борьбы с коррупцией в Республике Беларусь на современном этапе. Раскрываются природа коррупции, содержание понятия «коррупция», формируется ее определение. Рассмотрены разновидности, причины и формы проявления коррупции, причиняемый ущерб и вред, наносимый общеч

ству. Особое внимание уделено формам и методам антикоррупционной деятельности, предложены пути решения данной проблемы. Проанализировано законодательство Республики Беларусь, регулирующее вопросы борьбы с коррупцией.

На современном этапе развития мировое сообщество пришло к пониманию того, что одной из важнейших проблем является проблема противодействия коррупции. Коррупционные угрозы проявляются во всех сферах общественной жизни, они стали наиболее опасными и приобрели черты системной угрозы миру и безопасности государства.

Коррупция представляет собой следствие общих проблем страны и общества. Общественная опасность коррупции заключается в том, что она оказывает разрушительное, дестабилизирующее воздействие на все государственные институты, препятствует поступательному развитию мирового правопорядка. Коррупция угрожает верховенству закона, демократии и правам человека, нарушает принципы равенства и социальной справедливости в государстве, а также угрожает стабильности демократических институтов и устоев общества. Борьба с ней не сводится только к реализации определенных антикоррупционных программ, а должна пронизывать всю систему государства. Для этого необходимо проведение ряда антикоррупционных мер для успешной борьбы с коррупцией.

Кроме того, коррупция способствует росту фактов распространения наркотиков, распространению наркомании, легализации доходов, полученных преступным путем, уклонению от уплаты налогов, а также ряду других негативных явлений, угрожающих безопасности личности, общества и государства.

Основная опасность коррупции как общественно опасного явления заключается в ее разрушительном воздействии на основы государственного устройства и конституционные основы правового регулирования жизни общества. Следовательно, проблема предупреждения и в частности пресечения коррупции и успешности антикоррупционной политики в Республике Беларусь является общенациональной, от эффективности ее решения будет во многом зависеть и будущее государства.

В силу распространенности коррупционных проявлений и усложнения общественных отношений, объективно связанных с коррупцией, возникает настоятельная потребность в выделении такого компонента правосознания, а в частности и составляющей метода борьбы с коррупцией, как антикоррупционное правосознание. Оно должно осуществляться совместно с созданием атмосферы непринятия коррупции во всех ее проявлениях для того, чтобы впоследствии данные методы, направленные на повышение эффективности антикоррупционной деятельности, носили глубинный структурный характер. Поэтому для того чтобы сформировать идеологию законности и впоследствии реализуя конституционное положение — построение правового государства, а также повысить эффективность антикоррупционной деятельности, граждане должны учитывать то, что явление коррупции обрело массовый ха-

рактер. Идеология должна предложить конкретные пути выхода из сложившейся ситуации, а также методы борьбы с коррупцией [1, с. 153].

В первую очередь это создание структурированной и прозрачной системы государственных контролирующих органов, четкое установление и отграничение регламентов их деятельности, в частности государственных служащих. В Республике Беларусь, как и в других странах, одной из объективных причин роста коррупции является низкое качество нормативной правовой основы в служебной деятельности государственных служащих. Поэтому, на наш взгляд, действующая законодательная и нормативная правовая база недостаточно четко регламентирует исполнительно-распорядительную деятельность государственных служащих, предоставляющих физическим и юридическим лицам соответствующие публичные услуги (лицензии, разрешения и др.).

Далее стоит отметить, что поскольку по своей природе коррупция представляет собой социально-правовое явление, то и бороться с ней необходимо сочетая комплекс различных методов с использованием разнообразных правовых средств, в особенности нормативно-правовых.

Базовым документом, на основе которого организуется антикоррупционная деятельность в нашей стране, является Закон Республики Беларусь «О борьбе с коррупцией», принятый 15 июля 2015 г. Это четвертый по счету закон с момента образования суверенного белорусского государства. Действие данного Закона распространяется на должностных лиц практически всех организаций негосударственной формы собственности. Определен ряд ограничений и специальных требований для государственных должностных лиц, закреплены полномочия и права в сфере борьбы с коррупцией специальных подразделений органов прокуратуры, внутренних дел и государственной безопасности [2, с. 404].

Одним из важнейших направлений противодействия коррупции является правотворчество. Последовательное совершенствование правовой системы, законотворческого процесса и законодательства в целом, устранение коллизий, пробелов и коррупциогенных норм права, порождающих коррупцию, имеют существенное значение для реализации норм антикоррупционного законодательства, необходимых для повышения эффективности антикоррупционной деятельности в государстве.

Что касается деятельности государственных чиновников, то здесь следует внедрить так называемую регистрационную систему и в то же время минимизировать «разрешительную систему». Дело в том, что акты, исходящие от чиновников, каждое их действие должны быть основаны на законе, чтобы они исходили из его требований, выполнялись в тех формах, которые предусмотрены законом. Данный метод антикоррупционной деятельности во многом лишит получение взяток.

Работа правоохранительных органов в разрезе эффективности антикоррупционной деятельности указывает на существование в любом государстве так называемых территорий, подверженных активным коррупционным проявлениям. С учетом этого целесообразно акцентировать работу оперативных

подразделений, ведущих борьбу с коррупцией, на указанных территориях. Но для этого необходимо дезинфицировать данные территории как антисоциальные, а также обеспечить эффективное применение мер по упреждению коррупции и борьбы с ней в рамках соответствующих территорий.

Вопросы неотвратимости наказания за коррупционные преступления, вне зависимости от должности и чина работника, также являются одним из важнейших факторов в борьбе с коррупцией. Необходимо, чтобы каждый работник был осведомлен, что его незаконные действия будут вскрыты и он понесет наказание. Здесь также важен и психологический фактор. Но основные недостатки наказаний за коррупционные преступления, влияющие на эффективность, необходимо выявлять в сфере правоохранительных и судебных органов. Следовательно, требуется направить усилия на совершенствование и повышение эффективности этой деятельности с позиций обеспечения неотвратимости ответственности за коррупционные преступления.

Стоит отметить, что преступлениям этой категории, особенно связанным с взяточничеством, присуща высокая степень латентности (более 90 %). Повысить уровень раскрываемости данных преступлений возможно лишь с привлечением граждан к оперативно-розыскной деятельности, уголовному судопроизводству, но без угрозы их безопасности. Проблемой здесь является то, что граждане боятся сообщать о факте совершения коррупционного преступления, опасаясь последствий и сомневаясь в результатах. Статистика показала, что 30 % респондентов предпочитают не сообщать о фактах коррупции по причине страха, 12 % считают, что ничего не изменится, а 7 % боятся, так как сами замешаны в даче взяток [3, с. 55].

Исходя из вышеизложенного полагаем необходимым:

- разработать меры, способствующие повышению роли гражданского общества в борьбе с коррупцией, а также созданию атмосферы нетерпимости общества в целом к данному негативному социальному-правовому явлению;
- разработать механизмы организации взаимодействия органа исполнительной власти с правоохранительными, налоговыми органами, а также органами исполнительной власти, которые осуществляют функции контроля и надзора;
- анализировать нормативные правовые акты на предмет коррупциогенности;
- создавать эффективную систему административного противодействия коррупции;
- на всех социальных уровнях разъяснять антисоциальный характер коррупции и ее отрицательные последствия для общества, государства и граждан;
- создать систему социального контроля в данной сфере, которая будет иметь в первую очередь упреждающий характер;
- компетентным органам проводить независимую правовую и научную антикоррупционную экспертизу законопроектов в период их разработки и обсуждения [2, с. 406].

Таким образом, государственная политика в области повышения эффективности антикоррупционной деятельности в Республике Беларусь должна предусматривать комплексное осуществление правовых, политических, организационных, технических и финансовых мероприятий, обеспечивающих развитие необходимых механизмов, реализация которых поможет создать четкие предпосылки для коренного изменения в сфере антикоррупционной деятельности.

Источники

1. Шедий, М. В. Антикоррупционное образование кадров как фактор повышения эффективности государственной политики противодействия коррупции / М. В. Шедий // Вестн. гос. и муницип. упр. — 2014. — № 2/1 (12). — С. 151–154.
2. Москалевич, Г. Н. Правовые формы и методы борьбы с коррупцией в Республике Беларусь / Г. Н. Москалевич // Актуальные проблемы научного обеспечения государственной политики Российской Федерации в области противодействия коррупции. — 2014. — № 1. — С. 401–407.
3. Карпевич, Н. Ф. Повышение эффективности антикоррупционной деятельности в Республике Беларусь / Н. Ф. Карпевич // Стратегии борьбы с коррупцией: Теория и практика / Акад. гос. упр. при Президенте Респ. Казахстан ; под ред. А. С. Ахметова. — Астана, 2007. — С. 51–55.

M. В. Козловская

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. Ф. Волонцевич

ИНОВАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ТОРГОВОГО ОБЪЕКТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

В работе рассмотрена необходимость формирования инновационных возможностей как элемента конкурентной стратегии торгового объекта общественного питания гостиницы, приведены примеры возможных инноваций, а также доказана их потенциальная эффективность.

Известно, что грамотное стратегическое планирование — важный шаг к успеху любой компании. На сегодняшний день стратегическим планированием занимаются не только крупные компании, но и предприятия малого и среднего бизнеса. В связи с этим в разрезе индустрии гостеприимства возникает необходимость разработки стратегии не только для самих отелей, но и некоторых ее департаментов. Так, среди прочих часто выделяется торговый объект общественного питания, который, как правило, состоит из нескольких точек продаж. Особенность стратегического планирования в данном случае заключается в том, что стратегия данного департамента должна быть ориентирована

на на собственное процветание и гармонично сочетаться со стратегией отеля. Более того, часто при разработке стратегии возникает необходимость в разработке инновационных проектов. В качестве наглядного примера рассмотрим инновационные возможности «Ренессанс Минск Отель» ООО «МПС-Отель».

«Ренессанс Минск Отель» — один из ведущих представителей индустрии гостеприимства Республики Беларусь, входящий в состав крупной гостиничной сети Marriott. Несмотря на переданный вместе с франшизой опыт компании Marriott International, для получения конкурентного преимущества торговому объекту общественного питания, равно как и отелю «Ренессанс Минск» в целом, необходимы формализация стратегии, а также инновационное решение. При этом торговый объект гостиницы не должен стремиться к независимости ввиду необходимости позиционирования департамента как уникального комплекса при отеле. Приведем несколько примеров возможного развития торгового объекта общественного питания «Ренессанс Минск Отель».

Акцент на национальном колорите. В «Ренессанс Минск Отель» национальная уникальность в основном отражена в архитектурных особенностях самой гостиницы. Более того, в предлагаемом гостям меню можно наблюдать блюда национальной кухни. Тем не менее, на наш взгляд, упомянутые выше особенности не могут создать полноценного впечатления о Беларуси и ее культуре. С этой целью мы предлагаем следующие улучшения:

- расширение ассортимента барной карты посредством национальных напитков, а также разработка и внедрение авторских коктейлей на основе местных ингредиентов;

- реализация хлеба собственного приготовления. До недавнего времени «Ренессанс Минск Отель» реализовывал хлеб собственного производства, однако на сегодняшний день в целях экономии гостям предлагается покупная выпечка. Тем не менее мы считаем, что у гостей, получивших корзинку свежеиспеченного хлеба, складывается более приятное впечатление о сервисе и отеле в принципе; более того, высока вероятность того, что гости впоследствии с удовольствием заплатят за еще одну корзинку с выпечкой;

- приготовление блюд из местных продуктов. В долгосрочной перспективе у отеля есть возможность налаживания тесных партнерских отношений с местными фермерами. Таким образом, при создании коллаборации одна сторона (в нашем случае фермерские хозяйства) будет получать большие заказы на качественную и экологически чистую продукцию, а вторая сторона (гостиница) сможет сэкономить на затратах на сырье, перестав сотрудничать с импортными поставщиками. Следовательно, подобное сотрудничество послужит стимулом для развития сельского хозяйства и существенно повлияет на репутацию отеля.

Grushevka Embassy. Еще в 2018 г. предыдущий генеральный директор «Ренессанс Минск Отель» высказался о необходимости привлечения гостей из близлежащих офисов. Нынешний генеральный менеджер поддержала эту идею и дала распоряжение в кратчайшие сроки разработать и запустить про-

ект Grushevka Embassy. Концепция включала работу ди-джея, скидку на все коктейли, а также ряд закусок и напитков. Гостей уведомляли с помощью постов в социальных сетях. Таким образом, на подготовку ушло около двух недель и в апреле 2019 г. данное мероприятие было воплощено в жизнь. Тем не менее так называемые грушевые вечера не стали пользоваться успехом и проект закрыли. К возможным причинам непопулярности мероприятия можно отнести еще только начинающую развиваться инфраструктуру, недостаточную осведомленность потенциальных гостей об услугах отеля и др.

На наш взгляд, при должной доработке данный проект может стать отличным инновационным решением и привлечь большое количество гостей из находящихся поблизости офисных зданий. Для улучшения данного проекта мы предлагаем следующее:

- проведение мероприятия в несезонный период (с октября по апрель). Ввиду того что мероприятие будет рассчитано на офисных работников, которые, как правило, предпочитают активный отдых в любое время года, при проведении «грушевых вечеров» в несезонный период есть большая вероятность того, что интересуемый контингент посетит именно «Ренессанс Минск Отель»;
- усиленная маркетинговая кампания. Реклама должна затрагивать не только социальные сети, но и иные средства массовой информации — телевидение, радио, периодическую печать и др. Активную PR-кампанию мы предлагаем начать за месяц до старта;
- сотрудничество с бизнес-центрами. В качестве дополнительного пункта рекламной кампании мы предлагаем распространять в бизнес-центрах абонементы в тренажерный зал и СПА, сертификаты на бесплатный ужин в ресторане и др. Бизнес-центры в свою очередь будут распространять информацию об отеле и проводимом в нем мероприятиях.

Стоит отметить, что предлагаемые улучшения будут особенно эффективны в долгосрочной перспективе, когда инфраструктура вокруг отеля будет развита лучше.

Докажем, что предложенные выше инновационные внедрения будут эффективны и подходят стратегии компании с помощью модели маркетинг-микс 7Р (см. таблицу).

Анализ внедряемых проектов с помощью комплекса маркетинга 7Р

Элемент комплекса маркетинг-микс 7Р	Стратегия торгового объекта «Ренессанс Минск Отель»	Проект «Местный колорит»	Проект «Грушевые вечера»
1	2	3	4
Product — продукт	Услуги общественного питания	Услуги общественного питания	Услуги общественного питания
Price — цена	Выше среднего	Выше среднего	Выше среднего

Окончание

1	2	3	4
Promotion — продвижение	Реклама, продвижение в местах продаж, PR и др.	Реклама, PR, прямой маркетинг и др.	Реклама, продвижение в местах продаж, PR, прямой маркетинг и др.
Place — место	«Ренессанс Минск Отель»	«Ренессанс Минск Отель»	«Ренессанс Минск Отель»
Process — процесс	Стремление к оказанию уникальных услуг высокого качества	Создание продукции высокого качества	Создание уникальной услуги
People — люди	Иностранцы, приезжающие в Беларусь по вопросам бизнеса и желающие узнать что-то новое о стране	Иностранцы, желающие узнать что-то новое о Беларуси	Бизнесмены, офисные работники
Physical Evidence — физическое окружение	Отель отражает все то, чем известна Беларусь. Расположен в центре города на пересечении международных автомагистралей и в перспективном месте для развития инфраструктуры	Акцент на местный колорит в дизайне отеля	Большое количество бизнес-центров неподалеку от отеля

Источник: собственная разработка.

Таким образом, на наш взгляд, предлагаемые нами инновации смогут стать важным элементом формируемой стратегии и позволят стать более конкурентоспособным. Тем не менее стоит учитывать, что данные мероприятия ориентированы на долгосрочную перспективу.

А. Д. Коноваленко

Научный руководитель — магистр экономических наук А. В. Кармызов

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ВЕДЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Статья сфокусирована на описании особенностей ведения и поддержки женского бизнеса в Республике Беларусь как части мировой экономической системы.

Развитие женского предпринимательства — это не только вопрос гендерного равенства, но и один из факторов устойчивого экономического развития

страны. К сожалению, произвести точную оценку масштабов этого явления сложно ввиду отсутствия необходимой статистики и недостатка внимания к проблеме в предыдущие годы. Лишь немногие исследования последних лет (в частности, проводимые в Германии и США) были специально посвящены проблеме женского предпринимательства. В США, по данным Census Bureau, из 23 млн фирм 6,4 млн принадлежат женщинам (28 %), в которых аккумулировано 9,2 млн рабочих мест (9 % от числа занятых в частном секторе). В Германии насчитывается 1,066 млн принадлежащих женщинам компаний. Показатели места и роли этих компаний в экономике Германии сходны с США [1].

В целом следует отметить, что во всем мире уровень присутствия женщин в бизнесе продолжает отставать от мужского. По оценкам Global Entrepreneurship Monitor в настоящее время суммарная доля женского бизнеса составляла порядка 36 %, тогда как еще несколько лет назад эта цифра равнялась 30 %. Анализ, проведенный центром Catalyst показал, что на сегодняшний день порядка 51,5 % управленческих должностей занято женщинами, однако лишь в 5,2 % компаниях индекса S&P 500 CEO — женщина [2]. Таким образом, наблюдается сокращение разрыва между присутствием женщин и мужчин в бизнесе, однако все равно присутствует неравенство в вопросах представительства бизнеса и корпоративного лидерства.

В последние годы термин «женское предпринимательство» прочно вошел в экономическую жизнь не только мирового сообщества, но и стал частью белорусских реалий.

До сих пор нет четкого определения уровня участия женщин в бизнесе в Беларуси. Данные 5-й волны опроса BEEPS Всемирного банка показывают, что около 32,7 % фирм в Беларуси работают под управлением женщин топ-менеджеров, тогда как в 43,6 % фирм женщины являются собственниками или совладельцами. Одновременно с этим исследование Европейского банка реконструкции и развития показывает, что в Беларуси в вопросе привлечения кредита на развитие бизнеса отношение мужчин к женщинам составило 10:1. При этом вероятность отказа в выдаче кредита для женщин на 55 % выше, чем для мужчин [3].

Особое место отводится рассмотрению инновационной активности, которая незначительно меняется в зависимости от пола владельца (33,3 % женских и 38,9 % мужских компаний внедряют инновации в течение последних трех лет). Однако успешность реализации внедряемых инноваций, а также их актуальность оказались более успешны среди мужских бизнесов. Согласно результатам исследования доля прибыли, приходящаяся на инновационные продукты, составила порядка 28,8 % среди мужских компаний и лишь 16,4 % — среди женских [3]. Таким образом, можно сделать вывод, что как в женских, так и в мужских компаниях, основная часть прибыли генерируется уже устоявшейся бизнес-моделью, а не в результате новаторских изменений.

Существующая система мер по обеспечению и защите прав женщин в Беларуси в значительной степени не соответствует реальности и на практике трудновыполнима, поскольку практически отсутствуют механизмы, расши-

ряющие возможности привлечения к ответственности за дискриминационные действия в отношении женщин. Возможности государственной инспекции труда ограничены, поэтому все трудящиеся зачастую бессильны перед произволом нанимателя. Препятствием на пути реализации трудовых прав и гарантий женщин является также низкий уровень правовой культуры, как нанимателей, так и самих работников.

Однако белорусское государство практически с этапа своего основания демонстрирует стремление к достижению гендерного равенства. Началом проведения гендерной политики в Беларусь считается 1995 г., когда белорусская делегация приняла участие в Четвертой Всемирной конференции по положению женщин, проходившей в Пекине. В современных условиях в Беларусь действует модельный закон «О государственных гарантиях равных прав и равных возможностей для мужчин и женщин» (постановление № 26-11 от 18.11.2005 г.), направленный на предотвращение любых форм дискриминации по признаку пола и создание условий для гендерного равенства в сферах государственной и общественной жизни [4].

Более того, по состоянию на 01.10.2019 г. в Беларусь существуют несколько проектов по поддержке и развитию женского предпринимательства. Среди них Prowomen.by, Happywoman.by — сообщества для девушек-предпринимательниц, «Успешная» — совместная инициатива по развитию и поддержке женского предпринимательства Белинвестбанка и Европейского банка реконструкции и развития, «Менторская программа для женщин в лидерстве», направленная на развитие лидерских качеств и усиление влияния женщин, формирование сообщества женщин-экспертов и лидеров, готовых поддерживать друг друга, Women IT Week — серия мероприятий, посвященных женскому лидерству, бизнесу и ИТ-технологиям, компания «Активиба», которая регулярно выделяет собственные гранты на поддержку реализаций идей предпринимчивых женщин и т.д. Все это говорит о том, что такой мировой тренд, как женщина в бизнесе, активнее внедряется в белорусское общество, тем самым открывая новые перспективы для лиц слабого пола.

В целом, в сегодняшних реалиях женский бизнес отстает по размеру и динамике роста по сравнению с мужскими конкурентами. В разрезе инновационной активности каких-либо гендерных различий выявлено не было, однако степень монетизации внедряемых инновационных продуктов более успешна среди компаний с мужчиной-собственником. Текущие барьеры для женского бизнеса в Беларусь связаны не только с функционированием предпринимательской экосистемы. Существующие экзогенные барьеры, такие как чрезмерный контроль, различные противоречивые правила и процедуры, уровень человеческого капитала, несомненно оказывают негативное влияние на качество и динамику развития женского бизнеса. Однако не менее важную роль играет сохранение традиционного разделения социальных ролей. По сути последнее влечет за собой дополнительную нагрузку в виде выполнения большей части домашних обязанностей и ухода за детьми, что уже не воспринимается как норма для большей части женщин бизнеса. Полученные резуль-

таты подтверждают необходимость включения гендерного вопроса в программу поддержки малого и среднего предпринимательства в Беларуси, а также необходимость его учета при определении эффективности различных программ по поддержке бизнеса. Это придаст импульс новым гендерным инициативам и будет способствовать экономическому росту и инновационным перспективам Беларуси.

Источники

1. Основные тенденции развития малого и среднего бизнеса и предпринимательства в странах ОЭСР [Электронный ресурс] // Центр ОЭСР — ВШЭ. — Режим доступа: https://globalcentre.hse.ru/data/2010/03/05/1231451005/sa_business.pdf. — Дата доступа: 10.10.2019.
2. Акулова, М. Женщины в бизнесе Беларуси: особенности, мотивация и барьеры [Электронный ресурс] / М. Акулова, А. Агинская // BEROC. — Режим доступа: http://www.beroc.by/webroot/delivery/files/PP56_Ru.pdf. — Дата доступа: 10.10.2019.
3. Территория бизнеса: женский взгляд. Конференция [Электронный ресурс] // Бизнес школа ИПМ. — Режим доступа: <https://www.ipm.by/webroot/delivery/files/womeninbusiness-gid.pdf>. — Дата доступа: 10.10.2019.
4. Коноваленко, А. Д. Роль женщины в бизнесе: эффект стеклянного потолка / А. Д. Коноваленко // Современный механизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии: реальность и перспективы : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых, Минск, 1–2 марта 2018 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г. А. Короленок (пред.) [и др.]. — Минск, 2018. — С. 67–69.

A. C. Конопович

Научный руководитель — Ю. Б. Вашкевич

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И НОВЫХ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ СТРАН

В статье на основе анализа статистических данных и межведомственных соглашений отписаны основные направления и степень развития экономического сотрудничества между Республикой Беларусь и азиатскими новыми индустриальными странами.

Экономическое сотрудничество между странами — это процесс экономического взаимодействия стран, включающий координацию действий и объединение усилий, главной целью которого является обеспечение развития экономик данных стран и получение экономических выгод. Экономическое сотрудничество может развиваться в нескольких направлениях: торговля, инвестиционное, производственно-техническое, научно-техническое сотруд-

ничество, валютно-финансовые кредитные отношения. Также существуют различные подходы к изучению и описанию экономической кооперации и влияющих на нее факторов. Например, если учитывать удаленность экономик друг от друга и их масштабы, можно предположить, что сотрудничество между Республикой Беларусь и новыми индустриальными странами Азии будет относительно менее развитым по сравнению с кооперацией республики с соседними западноевропейскими странами. Тем не менее в век глобализации мировой экономики расстояние все меньше предстает решающим фактором, определяющим экономическое сотрудничество между странами. Гораздо большее значение имеет готовность и желание расширения географии сотрудничества, что выражается в многовекторной политике государства.

Самой простой и распространенной формой международного экономического сотрудничества является внешняя торговля (см. таблицу).

Объемы торговли между Республикой Беларусь и НИС Азии в январе—ноябре 2018 г.

Страна	Экспорт в названную страну, млн дол. США	Доля в общем экспорте Республики Беларусь, %	Импорт из названной страны, млн дол. США	Доля в общем импорте Республики Беларусь, %
Республика Корея	34,68	0,113	113,79	0,326
Сингапур	16,69	0,054	30,54	0,088
Гонконг	11,54	0,037	3,97	0,011
Тайвань	19,35	0,063	87,17	0,250

Источник: собственная разработка на основе [1].

По данным таблицы суммарная доля экспорта и импорта в азиатские НИС в совокупном экспорте и импорте Республики Беларусь составила 0,267 и 0,675 % соответственно. В то время как, например, в 2018 г. экспорт товаров Республики Беларусь в Нидерланды от всего экспорта страны составил 4,2 %. Такие удельные веса можно объяснить удаленностью стран друг от друга, относительно недавним началом сотрудничества, недостаточной закрепленностью отношений на институциональном уровне. Также причиной может быть приоритетная ориентация экономик на сотрудничество в рамках региональных интеграционных объединений и торговых соглашений.

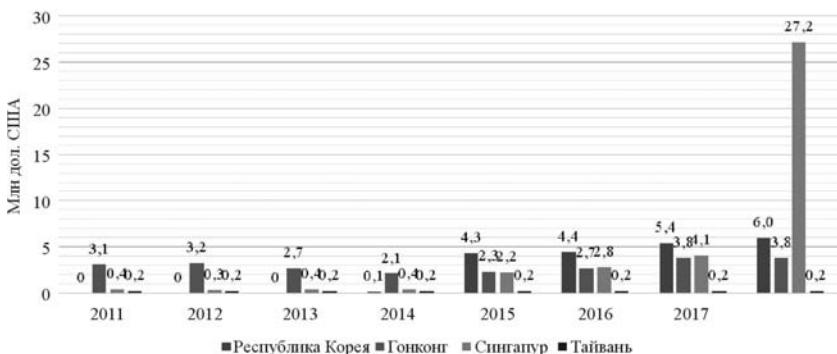
По данным источника [2] с 2012 г. 72–75 % экспорта в Корею из Беларуси составили калийные удобрения, в абсолютном выражении в 2017 г. экспорт данного продукта составил 32,5 млн дол. США. Основными импортируемыми товарами стали продукция химической промышленности (55,8 млн дол. США), различная техника и оборудование (34,51 млн дол. США), автомобили и автомобильные запчасти (8,51 млн дол. США) [2].

В случае с Сингапуром большую часть экспорта составляет продукция химической промышленности и металлопродукция (20,27 млн дол. США);

в случае с Гонконгом — техника и оборудование, продукты питания (13,37 млн дол. США) [2].

Основываясь на вышеизложенных количественных показателях, можно сделать вывод, что внешняя торговля относительно слабо развита, однако в этом случае необходимо учитывать фактор удаленности и недолгий период экономической кооперации. Таким образом, для дальнейшего налаживания торгового сотрудничества требуется принятие мер со стороны всех стран, в частности создание институтов, упрощающих ведение торговли между резидентами стран.

В инвестиционном сотрудничестве наиболее важными показателями являются взаимные прямые и портфельные иностранные инвестиции, а также создание совместных предприятий (см. рисунок).



Объемы ПИИ в Республику Беларусь из азиатских НИС по состоянию на 1 января с 2011 по 2018 г.

Источник: собственная разработка на основе [1].

В то же время по статистическим данным Национального банка Республики Беларусь портфельные инвестиции резидентов в данные НИС отсутствуют в том же периоде. По данным Национального статистического комитета доля портфельных инвестиций в общем объеме иностранных инвестиций в экономику страны в период с 2010 по 2018 г. не превышала 0,05 %. Такое количество можно объяснить недостаточной развитостью рыночных институтов в Беларуси, в частности финансового рынка. Исходя из данных, приведенных на рисунке, наибольший объем ПИИ в экономику Беларуси принадлежит Сингапуру.

Также только Сингапур из четырех НИС является страной, принимающей ПИИ со стороны резидентов Беларуси из данных четырех стран по статистическим данным на 2018 г. Отправной точкой относительно более активного инвестиционного сотрудничества стал март 2013 г., когда в Сингапуре состоялся первый белорусско-сингапурский бизнес-форум, на котором было

подписано 9 соглашений и меморандумы о сотрудничестве между Белорусской торгово-промышленной палатой и Федерацией бизнеса Сингапура, Международной Торговой палатой Сингапура. В частности, был подписан договор о создании совместного предприятия по реализации автозапчастей на азиатском рынке [3]. В ноябре 2017 г. там же состоялся Белорусский инвестиционный форум Belarus calling Asia, где также был подписан ряд соглашений в торгово-инвестиционной сфере [4]. В результате на данный момент в Сингапуре расположены субъекты товаропроводящих сетей ОАО «Белшина» (торговый дом), ОАО «БелАЗ» и ОАО «МТЗ» (дилеры), целью которых главным образом является обеспечение продукцией крупных стран региона, например, Индонезии, Малайзии, Филиппин, а не сам Сингапур.

Вторым инвестором по объему ПИИ является Корея. Резкий рост инвестиций был обусловлен покупкой (родовым поглощением) корейской ТНК SK hynix одного из подразделений белорусского филиала американской компании Softeq в 2014 г. Таким образом, в Минске был создан один из четырех центров разработки корейской «чеболи» SK hynix, одного из ведущих мировых производителей микросхем, в частности полупроводниковой памяти [5].

В целом такое распределение ПИИ на рисунке объясняется заключением соглашений об избежании двойного налогообложения между правительствами Республики Беларусь, Республики Корея, Сингапуром и Гонконгом [6].

Если рассматривать производственно-техническое сотрудничество, то в настоящий момент оно заменяется взаимными экспортными и импортными поставками, т.е. отношениями в сфере торговли, а не производства. Также между рассматриваемыми странами неразвито финансово-валютное сотрудничество, о чем свидетельствует отсутствие межведомственных международных договоров, подписанных Министерством финансов Республики Беларусь [7].

В области научно-технического сотрудничества похожее положение дел в случае всех НИС, кроме Республики Корея. Корея стала одной из 46 стран, с которыми были заключены соглашения о научно-техническом сотрудничестве [8]. Так, например, в 2016 г. было подписано Соглашение о сотрудничестве между Министерством связи и информатизации Республики Беларусь и Национальным агентством развития информационного общества Республики Корея по учреждению и обеспечению функционирования Центра сотрудничества в области информационных технологий. Впоследствии в сентябре 2018 г. состоялись переговоры по поводу углубления развития сотрудничества стран в области разработки проектов электронного управления [9]. Следует заметить, что двусторонние договоры (соглашения) между двумя республиками превосходят таковые с другими азиатскими НИС по количеству и по давности подписания. Также только между правительствами данных двух государств было заключено соглашение об экономическом, научном и техническом сотрудничестве в 2004 г. [10].

В качестве вывода можно отметить, что у Республики Беларусь сложились достаточно тесные экономические отношения с азиатскими НИС во всех

сферах, кроме валютно-финансовых и кредитных отношений. И данные страны можно считать перспективными для дальнейшего укрепления экономической кооперации. В частности, наиболее тесное и всестороннее экономическое сотрудничество у Республики Беларусь сложилось с Республикой Корея и Сингапуром, о чем свидетельствуют ряд подписанных соглашений, значительный приток ПИИ со стороны Сингапура, активное сотрудничество в научной сфере и обоюдное желание укрепления уже сложившихся отношений.

Источники

1. Статистика внешнеэкономической деятельности [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/>. — Дата доступа: 29.03.2019.
2. The Observatory of Economic Complexity [Electronic resource]. — Mode of access: <https://atlas.media.mit.edu/ru/>. — Date of access: 29.03.2019.
3. Белорусская торгово-промышленная палата [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.cci.by/ru/>. — Дата доступа: 29.03.2019.
4. Национальное агентство инвестиций и приватизации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.investinbelarus.by/>. — Дата доступа: 29.03.2019.
5. SK Hynix Inc. [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.skhy-nix.com/>. — Date of access: 30.03.2019.
6. Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/>. — Дата доступа: 30.03.2019.
7. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mminfin.gov.by/>. — Дата доступа: 30.03.2019.
8. Министерство связи и информатизации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by/>. — Дата доступа: 30.03.2019.
9. Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belta.by/>. — Дата доступа: 30.03.2019.
10. Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mfa.gov.by/>. — Дата доступа: 30.03.2019.

Н. Н. Кончевская, Ф. М. Грынчак

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. Л. Майборода

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ТЕКСТОВ FINGRAMOTA.BY

В статье рассмотрены результаты исследования по повышению результативности мероприятий финансовой грамотности. В рамках трех групп исследователей было проведено усовершенствование текстов с учетом поведенческих подходов. Проведенное исследование позволило выявить более продуктивные методики работы с текстами и предложить ряд рекомендаций.

Для всестороннего и полноценного развития каждого человека необходимо не только получение высшего образования, но и повышение финансовой грамотности, которая позволяет правильно распоряжаться собственными доходами и планировать семейный бюджет. Кроме того, адекватная оценка населением экономической ситуации в стране повышает эффективность проводимых мер денежно-кредитной и бюджетно-налоговой политики.

В последние годы в Республике Беларусь вопрос финансового образования населения становится все более актуальным и с целью его популяризации и продвижения был создан Единый интернет-портал финансовой грамотности населения.

Так как большая часть информации представлена в виде текстов, а некоторые темы могут быть сложны для понимания, возникает необходимость проверки насколько хорошо эти тексты могут быть усвоены даже неподготовленными читателями. Для этого было необходимо выделить критерии, которым эти тексты должны соответствовать и провести экспериментальную проверку результатов применения этих критериев. С этой целью Центром популяризации экономической науки и поведенческих исследований MeMicro-Macso было проведено соответствующее исследование на примере текстов «Инфляция» и «Выбираем кредит», которое состояло из нескольких этапов.

На первом этапе студенты — участники центра были разделены на три команды, каждая из которых составила тексты в соответствии с выбранными критериями:

- тексты должны быть краткими, ясными, понятными;
- тексты должны содержать самые важные моменты для понимания темы;
- содержать примеры по использованию, быть максимально приближенными к практике;
- по возможности содержать инфографику или статистику.

При составлении текста «Инфляция», участники команды № 1 использовали наглядные картинки, объясняющие сам термин, а также хештег для привлечения внимания. Текст получился лаконичным, но при этом информативным. Как альтернатива тексту по выбору кредита была разработана брошюра в виде пошаговой инструкции, так как она не занимает много места, яркая по стилистике, что вызывает интерес у читателя.

Подход команды № 2 заключался в использовании простых примеров, понятных широкому кругу людей, но в то же время охватывающих базовые понятия выбранных тем. Для того чтобы удержать внимание читателя, сплошной текст был разбит на подразделы и представлен в виде списка.

Участники команды № 3 сделали язык изложения текста об инфляции максимально простым и доступным, отказавшись от сложных экономических терминов, максимально сократили объем без потери информативности и общей сути текста, а также использовали примеры из повседневной жизни и оставили ссылки на полезные источники для тех, кто хотел бы узнать больше. Текст, посвященный выбору кредита, был представлен в виде списка основных правил, чтобы систематизировать информацию.

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Финансовая грамотность является неотъемлемой частью гармоничного развития человека, в настоящее время существует немало источников, направленных на ее продвижение и популяризацию. Однако для того чтобы подобная информация была понятна широкому кругу людей, следует придерживаться некоторых требований: текст должен быть изложен простым языком и не содержать сложных экономических терминов и формул. Также следует избегать использования длинных предложений, а сплошной текст разбить на несколько разделов или представить в виде списка. Использование схем и иллюстраций будет привлекать внимание и сделает текст более понятным.

A. B. Коресташова

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. Н. Дудко

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ

В статье рассматриваются основные проблемы в сфере применения количественных ограничений в Республике Беларусь, а также приводятся предложения по направлениям их решения.

Количественные ограничения играют важную роль в ограничении импорта, что несмотря на определенные недостатки ограничивает рост отрицательного сальдо платежного баланса, и служат для обеспечения национальной безопасности, защиты жизни, здоровья и морали. Поэтому их безоговорочное устранение не представляется возможным, однако совершенствование их применения необходимо.

В сфере использования количественных ограничений в Беларуси можно выделить ряд проблем, которые требуют оперативного решения. Проблемы регулирования можно условно разделить на две группы: первая группа проблем связана с ЕАЭС, а вторая — с проблемами внешней торговли страны.

1. Существенной проблемой является то, что Евразийская экономическая комиссия, а также Евразийский экономический суд не получили необходимых полномочий для обеспечения контроля над соблюдением всех договоренностей в рамках ЕАЭС. Так, если постановления ЕЭК выполняются в недостаточной степени, то вопрос выносится на рассмотрение Евразийского экономического суда. При этом решение имеет только рекомендательный характер.

В рамках ЕАЭС все еще присутствует возможность самостоятельного установления мер по обеспечению нетарифного регулирования внешней торговли самими странами-участницами на их национальном уровне. Эта воз-

можность используется и Республикой Беларусь в области введения обязательного лицензирования, а также введения временных запретов.

На уровне ЕАЭС отсутствуют полномочия в отношении целого ряда важнейших процедур и операций, к таким относятся следующие: обеспечение проведения фитосанитарного контроля качества продуктов питания; обеспечение контроля и определение квот, а также и субсидий национальным производителям.

2. Так же важной проблемой в рамках ЕАЭС для Республики Беларусь является потеря права на самостоятельный выбор инструментов внешнеторговой политики с целью обеспечения защиты интересов отечественных производителей и одностороннего стимулирования экспорта.

3. Существенной проблемой является также отсутствие единого регулятора финансового характера по политике в сфере торговли энергоносителями, а также и по проблеме существования изъятий и ограничений в торговле между участниками ЕАЭС. Важно отметить, что такая проблема на данный момент не обсуждается, ее решение предварительно отложено до 2025 г. или на неопределенный период.

4. Проблемой в области регулирования внешней торговли посредством применения количественных ограничений Республики Беларусь в условиях ЕАЭС можно также назвать влияние политических и экономических отношений стран — участниц ЕАЭС, что оказывает непосредственное воздействие на все остальные страны данного союза.

5. В качестве проблемы необходимо также назвать, что Республика Беларусь не является страной — участницей ВТО. По сегодняшний день продолжаются переговоры о вступлении Беларуси во Всемирную торговую организацию. Присоединение Республики Беларусь к ВТО чрезвычайно важно, поскольку наша республика является малой страной с открытой экономикой, чрезвычайно зависящей от внешнеторговых связей.

6. Отчасти проблемы нетарифного регулирования внешнеторговой деятельности в Республике Беларусь связаны непосредственно с проблемами состояния внешней торговли в стране: отрицательное сальдо внешнеторгового баланса, структурная несбалансированность экономики, недостаточное развитие сферы услуг, а также и высокотехнологичного сектора страны, зависимость национального производства от импорта и пр.

С целью повышения эффективности регулирования посредством применения количественных ограничений в Республике Беларусь важно предложить следующие мероприятия:

1. Для обеспечения эффективности нетарифного регулирования в целом в странах — участницах ЕАЭС важно обеспечить необходимыми полномочиями ЕЭК и Евразийский экономический суд. Решения указанных инстанций должны носить исключительный и достаточный характер.

2. В рамках ЕАЭС важно двигаться дальше по пути снижения барьеров, изъятий и ограничений. В ЕАЭС необходимо обеспечить общие правила регулирования в отношении количественных мер для всех стран-членов,

а в Республике Беларусь требуется совершенствование внешнеторговой политики с учетом потенциального отсутствия возможности временного введения односторонних количественных ограничений. На данный момент такие меры введены в виде необходимости получения генеральных и разовых лицензий, а также запрета в отношении отдельных видов товаров.

3. Одним из перспективных инструментов, который мог бы быть внедрен на пространстве ЕАЭС, является европейский консультативный сервис по вопросам внутреннего рынка SOLVIT [1, с. 149]. Эта система состоит из обширной сети координационных центров, которые располагаются во всех странах — членах Евросоюза. Данная система является рекомендательной, однако она показала себя эффективной площадкой для выявления существующих нетарифных барьеров, многие из которых впоследствии устранились путем изменения соответствующих законодательных актов.

4. Создание единого регулятора финансового характера по политике в сфере торговли энергоносителями, а также и по проблеме существования изъятий и ограничений в торговле между участниками ЕАЭС.

5. Участие Республики Беларусь в ВТО даст возможность сохранить уже существующие позиции и завоевать новые ниши в международном торговом сообществе, обеспечить стабильные и предсказуемые условия торговли. Это также способствует более активной либерализации и прозрачности в отношениях со странами ТС.

Международные эксперты не прогнозируют глобальных проблем для белорусской экономики после присоединения страны к ВТО. В числе преимуществ, кроме открытия прежде труднодоступных рынков и равных условий хозяйствования, они также отмечают ожидаемое снижение ввозных пошлин на материалы и комплектующие. Членство в ВТО ускорит процесс модернизации белорусских предприятий. Все это позволит повысить качество отечественной продукции, снизить затраты на ее производство, а значит, увеличить экспорт. В рамках ВТО также будет проще урегулировать и проблему антидемпинга, актуальную для нашей страны. В настоящий момент решение вопроса о вступлении в ВТО зависит от переговоров с четырьмя государствами — членами организации, включая ЕС-28.

6. Для совершенствования системы применения количественных ограничений и снижения необходимости введения нетарифных мер в целом необходим также ряд мероприятий, направленных на всестороннюю поддержку экономического развития Беларуси: активное привлечение иностранных инвестиций, развитие сферы услуг, снижение импортозависимости белорусской продукции путем максимального использования внутренних ресурсов для ее производства, экономии сырья и материалов, структурные преобразования экономики, активное стимулирование товарного экспорта с помощью экспортных кредитов на перспективную продукцию, налоговых и таможенных льгот экспортёрам.

Реализация вышеперечисленных мероприятий должна быть возложена на правительства государств — членов ЕАЭС, а также на членов ЕЭК и Евра-

зийского экономического суда. Важно, что их реализация должна проводиться комплексно и всесторонне.

Источник

1. Дайнеко, А. Е. Беларусь и мировая торговля / А. Е. Дайнеко. — Минск : Hayka, 2017. — 215 с.

A. B. Коц

Научный руководитель — Ю. Б. Ващевич

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАН МИРА

В статье рассматривается использование технологий как фактора экономического роста, динамика и качество которого все в большей степени зависят от технологических сдвигов. Развитие в мировом масштабе экономики знаний обуславливает возрастающую роль процессов, связанных с международным трансфером технологий.

Международный трансфер технологий (*international technology transfer*) — межгосударственное перемещение научно-технических достижений на коммерческой или безвозмездной основе. Международный трансфер технологий может осуществляться как непосредственно в виде торговли патентами, лицензиями, ноу-хау, так и опосредованно в виде международной торговли технологически емкими товарами и услугами, когда технология статистически неотделима от товара или услуги и является составляющей их стоимости [1].

Главными субъектами мирового рынка технологий выступают транснациональные корпорации (ТНК), в которых происходит совместное использование результатов НИОКР материнскими и дочерними компаниями. ТНК посредством прямых иностранных инвестиций распространяют передовые технологии и методики управления в принимающие страны путем прямого контроля над акционерным капиталом зарубежного филиала и неакционерной формы сотрудничества [2].

Всякая новая технология проходит определенный «жизненный цикл». После своего создания она является лишь потенциальным товаром, способным в зависимости от факторов (маркетинга, рекламы и т.д.) найти своего потребителя на рынке. Затем в случае успешного внедрения (коммерциализации) эта технология приносит своим творцам прибыль, размер которой с течением времени достигает максимума (с последующей тенденцией к сокращению). На завершающем этапе «жизненного цикла» данная технология пре-

терпевает модернизацию либо заменяется новой. Для описания жизненного цикла технологии принято выделять следующие этапы и соответствующие им технологии:

- 1-й этап (создания) — уникальная технология;
- 2-й этап (расцвета) — прогрессивная технология;
- 3-й этап (зрелости) — традиционная технология;
- 4-й этап (старения) — морально устаревшая технология [3].

Технологический разрыв между различными группами стран влечет за собой многоступенчатую структуру мирового рынка технологий:

- высокие технологии (уникальные, прогрессивные) обращаются между промышленно развитыми странами;
- низкие (морально устаревшие) и средние (традиционные) технологии промышленно развитых стран являются новыми для развивающихся и бывших социалистических стран.

Мировые рынки технологий — сфера международной торговли, связанная с куплей-продажей технологических решений: лицензий, патентов, проектов и документации. В настоящее время доступ стран к передовым технологиям осуществляется в следующих основных направлениях:

- торговля технологически емыми товарами и оборудованием;
- торговля непроизведенными нефинансовыми активами (патентами, авторскими правами, торговыми знаками, франшизами, соглашениями о технической помощи и др.).

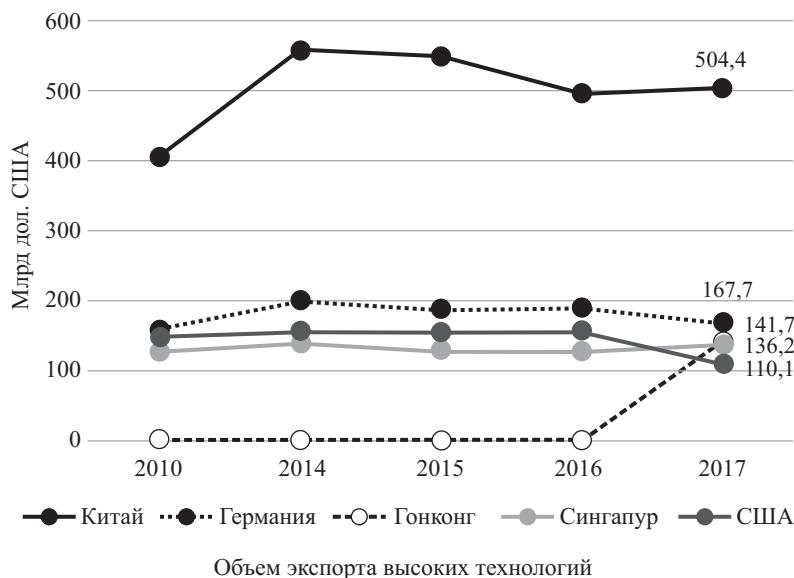
В соответствии с 6-м изданием Руководства по платежному балансу и международной инвестиционной позиции (МВФ, 2009) по сравнению с 5-м изданием Руководства по платежному балансу (МВФ, 1993), если технология передается в чистом виде и/или выделяется как самостоятельный компонент в составе стоимости товара или услуги, то платежи за нее проходят по статьям платежного баланса «Плата за использование интеллектуальной собственности, не отнесенная к другим категориям» (ранее статья «Роялти и лицензионные платежи»), которая относится к разделу услуг в рамках счета текущих операций. Роялти и лицензионные платежи формируются из платежей и поступлений между резидентами и нерезидентами:

- за официально разрешенное использование неосязаемых непроизведенных нефинансовых активов и прав собственности, таких как авторские права, патенты, технологии, проекты, торговые знаки и др.;
- использование оригиналов, прототипов, опытных образцов произведений на основе лицензионных соглашений.

Результаты НИОКР (такие как патенты, авторские права и технологические процессы) в платежном балансе рассматриваются как произведенные активы, относимые к услугам по исследованиям и опытным разработкам (ранее они рассматривались как непроизведенные активы и отражались в счете операций с капиталом) [4].

По данным Всемирного банка объем мирового экспорта высоких технологий на 2017 г. составил 1,989 трлн дол. США. Лидирующую позицию по

экспорту высоких технологий занимает Китай (см. рисунок), доля которого в общем объеме экспорта составляет на 2017 г. 25,4 % [5].



Республика Беларусь в 2018 г. увеличила экспорт высокотехнологичной продукции на 20 % до 14 млрд дол. Доля экспорта высокотехнологичной продукции в общем объеме белорусского экспорта в 2018 г. составила 33,2 %, что на 1 п.п. больше, чем в 2017 г. Открылись новые рынки сбыта, начались поставки высокотехнологичной продукции в Испанию, страны Африканского континента. В числе наиболее популярной за рубежом белорусской высокотехнологичной продукции находятся интегральные микросхемы, медицинское оборудование.

Таким образом, международный трансфер технологий оказывает существенное влияние на уровень и темпы научно-технического и социально-экономического развития стран мира, во многом предопределяя внешнеэкономические связи между ними.

Источники

1. Киреев, А. П. Международная экономика : учеб. пособие : в 2 ч. / А. П. Киреев. — М. : Междунар. отношения, 1998. — Ч. 1 : Международная экономика: движение товаров и факторов производства. — 342 с.
2. Маторин, О. В. Современные стратегии реформирования ТНК США : авто-реф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / О. В. Маторин ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва иностр. дел России. — М., 2006. — 28 с.

3. Юрик, С. В. Международный трансфер новейших технологий в модернизации производства / С. В. Юрик. — Минск : Право и экономика, 2017. — 181 с.

4. Краткий обзор основных изменений, внесенных в платежный баланс Республики Беларусь в соответствии с 6-м изданием Руководства по платежному балансу и международной инвестиционной позиции (МВФ, 2009) по сравнению с 5-м изданием Руководства по платежному балансу (МВФ, 1993) [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/BalPay/Methodology/MethodologyChanges.pdf>. — Дата доступа: 07.09.2019.

5. High-technology exports (current US\$) [Electronic resource] // The world bank. — Mode of access: <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.TECH.CD>. — Date of access: 23.08.2019.

B. A. Красновская

Научный руководитель — кандидат экономических наук В. К. Ханкевич

ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ ОРГАНИЗАЦИИ

В работе представлены основные методы оптимизации (минимизации) налогообложения организации для оптимизации налоговой нагрузки.

Налоговая оптимизация — это комплекс методов и подходов к эффективному планированию (минимизации) налогов, перечисляемых в бюджет. Минимизировать налоги можно по трем основным видам налогов: налог на добавленную стоимость, налог на имущество, налог на прибыль.

Оптимизация налогов организаций строится на восьми важных принципах, таких как:

1) адекватность затрат — материальный вклад в разработку системы оптимизации не должен быть больше выплат налогов;

2) юридическое соответствие — любые планы оптимизации налогов в компании должны соответствовать законам страны и общепринятым международным положениям;

3) конфиденциальность — сведения о финансовых переводах нужно скрыть от определенных участников процесса;

4) подконтрольность;

5) нейтралитет или взаимовыгодное сотрудничество — оптимизация налогов организации должна выполняться на основе задействованной системы налогообложения, а не повышения отчислений партнеров, агентств и других третьих лиц;

6) диверсификация;

7) автономность — чем меньше влияние третьих лиц на систему оптимизации, тем эффективнее выбранная схема.

Определим некоторые методические аспекты минимизации налогов.

Правовой основой минимизации налогов являются: наличие у каждого вида налогового платежа налоговой базы, налогового периода, налоговой ставки, порядка расчета; дифференциация уровня налоговой нагрузки в зависимости от места регистрации субъекта хозяйствования и осуществления хозяйственных операций; различие налоговых последствий в зависимости от статуса контрагента (резидент или нерезидент Республики Беларусь); наличие налоговых льгот.

Исходя из элементов налоговой системы основными направлениями минимизации налогов выступают: минимизация базы налогообложения; применение дифференцированных ставок налога; отсрочка времени уплаты налогов; максимальное использование льгот по налогам и неналоговым платежам.

Для снижения величины НДС закупку товаров, сырья, материалов для бизнеса следует производить у компаний, которые также платят НДС. В этом случае суммы НДС в счетах-фактурах поставщика можно принять к вычету. При этом особое внимание стоит уделять правильности оформления первичной документации, поступающей вместе с товаром (товарные накладные и счета-фактуры).

Для оптимизации НДС организациям можно предложить использовать такие методы, как:

- 1) опцион, реализация которых не облагается налогом на добавленную стоимость (ст. 115 НК РБ);
- 2) оформление организацией задатка (аванс компания оформляет как задаток, для чего составляется специальное соглашение. Он не облагается налогом);
- 3) применение льготного налогового режима (так, чтобы НДС не было или чтобы был законный способ его не выплачивать или уменьшить): налоговые вычеты (ст. 132 НК РБ); пониженные ставки налога; налоговый кредит.

Налог на имущество зависит от стоимости основных фондов и по мере их ежегодного износа уменьшается. К мероприятиям по минимизации налога на имущество можно отнести формирование элементов учетной политики для целей бухгалтерского учета; снижение стоимости основных средств или вывод основных средств из состава объектов налогообложения.

Для снижения суммы налога на прибыль для юридических лиц также можно определить следующие законные методы оптимизации налога на прибыль:

- 1) создание резервов (равномерное распределение налога на прибыль на протяжении года — позволяет избежать пиковых отчислений во время отпусков, выявления долгов, ремонтов ОС). У большинства предприятий имеется непогашенная дебиторская задолженность. Организации могут подстраховывать себя от налоговых потерь, которые произойдут из-за неисполнения дебиторами своих долговых обязательств, путем создания резерва по сомнительным задолженностям. Это означает, что фирма сократит обязательства перед бюджетом по перечислению сумм налога на прибыль, которая пока еще не была получена;

2) оптимизация некоторых пунктов налогового учета, при которой налогоплательщик в каждом отчетном периоде снижает налоговую базу для расчета налога на прибыль на сумму совершаемых им отчислений в фонд будущего ремонта. Суммы в каждом периоде должны учитываться равномерно;

3) использование временных различий при исчислении налога и последующее его перемещение на новый период;

4) возмещение НДС зачетом в счет налога на прибыль;

5) оптимизация амортизационных отчислений (утверждение повышающего коэффициента для ОС, работающих круглые сутки, приобретение дорогостоящего оборудования по частям, амортизационная премия);

6) планирование предполагаемой прибыли;

7) применение льготного налогового режима (так, чтобы налога на прибыль не было или чтобы был законный способ его не выплачивать или уменьшить).

Для оптимизации налога на прибыль можно применять следующие виды льгот:

1) налоговые вычеты (особое внимание нужно уделить применению инвестиционного вычета — суммы, исчисленной от первоначальной стоимости основных средств, используемых в предпринимательской деятельности, а также от сформированной в бухгалтерском учете стоимости вложений в основные средства, используемые в предпринимательской деятельности, в связи с их реконструкцией, модернизацией, реставрацией (ст. 170 НК РБ));

2) пониженные ставки налога (например, п. 1.2 ст. 181 НК РБ);

3) налоговый кредит;

4) иные формы.

При этом следует отметить, что при использовании любого метода оптимизации необходимо помнить о том, что он будет законным в случае экономической обоснованности и документального оформления. В иных случаях — незаконное уклонение от уплаты налогов и все исходящие из этого последствия.

Таким образом, мы видим, что для оптимизации налоговой нагрузки на уровне субъектов хозяйствования решение заключается в проведении налоговой оптимизации, основанной на таких критериях эффективность, законности, автономности, надежности, безвредности, минимизация расходов и увеличении прибыли, а также есть необходимость проводить минимизацию налогов исходя из элементов налоговой системы по таким основным направлениям, как минимизация базы налогообложения, применение дифференцированных ставок налога, отсрочка времени уплаты налогов, максимальное использование льгот по налогам и неналоговым платежам. Минимизировать налоги на общей системе налогообложения можно по трем основным видам налогов: налог на добавленную стоимость (оформление опциона, задатка, управление транспортными расходами, применение льготного налогового режима); налог на имущество (формирование элементов учетной политики для целей бухгалтерского учета, снижение стоимости основных средств или вы-

вод основных средств из состава объектов налогообложения); налог на прибыль (создание резервов, использование временных различий при исчислении налога и последующее его перемещение на новый период, возмещение НДС зачетом в счет налога на прибыль, применение льготного налогового режима, планирование предполагаемой прибыли) [1–4].

Источники

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Общая часть) [Электронный ресурс] : 19 дек. 2002 г., № 166-3 : принят Палатой представителей 15 нояб. 2002 г. : одобр. Советом Респ. 2 дек. 2002 г. : с изм. и доп. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
2. Литвин, М. И. Налоговая нагрузка и экономические интересы предприятия / М. И. Литвин // Финансы. — 2015. — № 5.
3. Tax burden [Electronic resource] // Cambridge Dictionary. — Mode of access: <http://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/tax-burden>. — Date of access: 24.02.2019.
4. Корничук, Д. В. Налоговая нагрузка предприятия и способы ее оптимизации / Д. В. Корничук, О.А. Жарикова // Молодой ученый. — 2017. — № 15. — С. 405–408.

A. И. Кулакевич

Научный руководитель — С. В. Сильченкова

ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ

Ювелирные украшения — это особая группа товаров, к которым относятся изделия из сплавов драгоценных металлов и драгоценных и поделочных камней, а также сплавов металлов, которые по внешнему виду напоминают платину, золото, палладий и серебро, и из искусственных камней.

Идентификация (диагностика) ювелирных изделий осуществляется с использованием документального, визуального, органолептического и инструментального методов. Идентификация ювелирных изделий чрезвычайно сложна и включает несколько этапов: ассортиментная идентификация; идентификация драгоценных металлов и их сплавов; идентификация ювелирных вставок; информационная идентификация.

Ассортиментная идентификация ювелирных изделий предполагает установление принадлежности товара к классификационной группировке товарной номенклатуры. Ювелирные изделия по назначению делят на следующие группы: предметы личных украшений; предметы туалета; предметы сервировки стола; предметы для украшения интерьера; принадлежности для часов; сувениры.

Идентификация драгоценных металлов. К драгоценным (благородным) металлам, используемым для изготовления ювелирных изделий, относят золото, серебро, платину, палладий, иридий, родий, рутений, осмий. Идентификация драгоценных металлов и их сплавов состоит в определении химического состава и пробы. Изделия из драгоценных металлов, произведенные, ввезенные на территорию Республики Беларусь для продажи, должны соответствовать установленным пробам и быть заклеймены государственным пробирным клеймом, должны иметь пробирное клеймо, поставленное Инспекцией пробирного надзора Министерства финансов. Пробирное клеймо содержит пробу, указываемую цифрами. В Республике Беларусь для ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов установлены следующие пробы: платиновая — 950, 900, 850; золотая — 999, 958, 750, 585, 500, 375; серебряная — 999, 960, 925, 875, 830, 800; палладиевая — 850, 500. Производство или продажа ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов, не соответствующих ни одной из установленных проб, не допускается.

Идентификация ювелирных вставок. Ювелирные вставки — природные драгоценные, полудрагоценные и поделочные минералы, некоторые материалы органического происхождения (жемчуг, янтарь) и природные благородные камни, искусственные и синтетические аналоги природных минералов, а также не существующие в природе химические соединения, синтезированные как аналоги природных драгоценных камней.

Идентификация ювелирных вставок — процесс сложный. Первоначально вставки относят к драгоценным, полудрагоценным, поделочным камням, к синтетическим аналогам или к имитации. Для этого могут определяться ряд физических характеристик (цвет, блеск, прозрачность), химический состав и морфологические свойства камня.

Цвет ювелирного камня зависит от спектрального состава падающего на него света и способности материала отражать или поглощать падающие на него лучи. Определение цвета осуществляется визуально путем сравнения с эталонными коллекциями, образцами-имитаторами или с картами атласа цветов. Имеет значение уровень освещенности и физиологическое состояние эксперта. Цвет ограненных камней рекомендуется рассматривать со стороны павильона, поскольку он отражает свет более рассеянно, на подложке белого цвета.

Из основных физических свойств при идентификации ювелирных вставок определяют твердость, плотность, теплопроводность, люминесценцию и оптические характеристики (прозрачность, светопреломление, дисперсия, анизотропность, плеохроизм).

Следующим этапом идентификации ювелирных вставок является определение их чистоты (дефектности). Определяют количество и природу включений, а также их размер и месторасположение в ограненной вставке.

Идентификация ювелирных вставок на практике затруднена, так как требует специальное лабораторное оборудование. Основные методы исследования: оптическая спектроскопия в видимой области, инфракрасная спектро-

скопия, люминесцентная спектроскопия, рентгеноспектральный микроанализ, метод рентгенофлуоресцентного анализа, электронная микроскопия высокого разрешения.

Информационная идентификация. Изделия из драгоценных металлов должны иметь ярлык с указанием следующих реквизитов: на лицевой стороне — наименование и товарный знак предприятия-изготовителя, наименование изделия, шифр изделия, артикул, наименование и проба драгоценного металла, масса изделия в граммах, розничная цена изделия; на оборотной стороне — размер (в соответствии с видом изделия), наименование материала вставки и штамп ОТК. Для изделий со вставками из драгоценных камней указываются также месяц и год изготовления, номер партии. Ярлыки крепятся к изделиям белыми нитками и пломбируются. Если этикетку прикрепить к изделию невозможно, ее вкладывают в индивидуальную тару или приклеивают.

В силу высокой стоимости ювелирные украшения входят в десятку самых подделываемых товаров в мире. При этом используются практически все известные методы фальсификации (качественная, количественная, стоимостная и др.).

Самыми распространенными способами фальсификации ювелирных украшений являются выдача изделий (или их частей) из недрагоценных сплавов за драгоценные; пониженное по сравнению с указанным в пробе содержанием драгоценных металлов в ювелирном сплаве; подделка государственных пробирных клейм.

Фальсификация ювелирных вставок применяется очень часто и осуществляется более разнообразными способами, а распознается чрезвычайно сложно. В единице массы драгоценных камней (бриллиант, сапфир, изумруд, рубин, жемчуг) заключена большая по сравнению с драгоценными металлами стоимость, а поэтому их доля в цене изделия часто выше. К тому же камень закреплен в изделии, что затрудняет, а иногда делает невозможной его диагностику.

Основными видами фальсификации ювелирных камней являются: выдача менее ценных камней за более дорогие; изготовление имитаций ювелирных камней из стекла (стразы) и выдача их за натуральные; изготовление имитаций драгоценных камней из пластических масс и керамики и выдача их за натуральные; изготовление составных ювелирных камней (нижняя часть вставки является синтетической, верхняя — натуральный камень) и выдача их за цельные натуральные; выдача культивированного (искусственно выращенного) жемчуга за натуральный морской; фальсификация веса; подделка сертификатов на драгоценные камни [1–3].

Источники

1. Вилкова, С. А. Экспертиза потребительских товаров : учебник / С. А. Вилкова. — 2-е изд. — М. : Дашков и К°, 2010. — 251 с.
2. Богданович, С. А. Товароведческое исследование изделий из драгоценных металлов: методические рекомендации / С. А. Богданович, Л. Л. Богданович, В. В. Михаевич. — Минск : Право и экономика, 2011. — 141 с.

3. Дейнекина, К. Н. Ювелирные товары: современные инструментальные методы анализа и экспертизы / К. Н. Дейнекина, В. А. Поваляева // Концепт : науч.-метод. электрон. журн. — 2017. — № 8. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/yuvelirnye-tovary-sovremennoye-instrumentalnye-metody-analiza-i-ekspertizy>. — Дата доступа: 04.10.2019.

A. A. Курач

Научный руководитель — кандидат юридических наук И. Г. Скороход

УЧАСТИЕ ГРАЖДАН В РАСХОДАХ ГОСУДАРСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ

Взаимосвязь конституционных и налоговых норм, место Конституции в механизме правового регулирования налоговой системы остаются недостаточно изученными. Данная работа представляет собой исследование конституционной обязанности граждан платить налоги, пошлины и иные платежи и конституционно-правовых механизмов ее реализации на современном этапе развития конституционного права. При проведении исследования применялись формально-юридический и сравнительно-правовой анализ. Автором разработан и предложен ряд изменений, основанных на опыте зарубежных стран, который позволит усовершенствовать действующее законодательство Республики Беларусь в сфере налогообложения.

Налоги, сборы и пошлины представляют собой необходимое условие существования любого государства, поэтому обязанность платить их распространяется на всех налогоплательщиков как безусловное требование. Конституция же является основополагающим источником налогового права. Закрепляя функции государственной власти, конституционные нормы определяют основы финансово-правовой политики государства, в том числе и налогового регулирования.

Налоговый кодекс Республики Беларусь определяет налог как обязательный индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в республиканский и (или) местные бюджеты [1].

В ст. 56 Конституции Республики Беларусь сформулирована публичная значимость рассматриваемой конституционной обязанности: «Граждане Республики Беларусь обязаны принимать участие в финансировании государственных расходов путем уплаты государственных налогов, пошлин и иных платежей» [2]. Из данной формулировки статьи следует, что обязанность по уплате налогов и иных платежей установлена только применительно к граж-

данам Республики Беларусь, исключая как иностранных граждан, так и лиц без гражданства, а также всех юридических лиц. Наглядно проявляется несоответствие содержания статьи Конституции Республики Беларусь и понятия «плательщики налога», закрепленное в Наловом кодексе Республики Беларусь.

В зависимости от контекста применения термином «плательщик» может быть обозначено как лицо, которое в силу закона обязано уплачивать те или иные налоги и исполнять другие обязанности, возложенные на него налоговым законодательством, так и непосредственно субъект, в обязанности которого вменены уплата конкретного налогового платежа. Даже в ранее действовавшем Законе Республики Беларусь «О налогах и сборах, взимаемых в бюджет Республики Беларусь» эта категория не получила четкого правового определения. Содержание п. 1 ст. 14 Налогового кодекса является развитием нормы ст. 56 Конституции. В связи с этим в состав категории «плательщики» включены все физические и юридические лица Республики Беларусь. В то же время конкретная степень участия лица в финансировании государственных расходов путем уплаты налогового платежа будет определена налоговым законодательством, регулирующим вопросы применения соответствующего платежа. Таким образом, факт признания плательщиком налогов, сборов на основании признаков, установленных данным пунктом, сам по себе еще не порождает обязанности уплачивать налоговые платежи. Для того чтобы у плательщика появилась обязанность уплачивать конкретный налоговый платеж, необходимо наличие у этого лица определенного налоговым законодательством объекта налогообложения, например, дохода, недвижимого имущества.

Иначе обстоят дела в Российской Федерации. Как гласит ст. 57 Конституции Российской Федерации: «Каждый обязан платить законно установленные налоги и сборы». Формулировка «каждый» подразумевает включение в круг субъектов налогообложения физических лиц, к которым относятся граждане России, иностранцы, лица с двойным гражданством, лица без гражданства, обладающие налоговой правосубъектностью. Не исключает упомянутая статья и включения в круг субъектов индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, так как перечисленные субъекты обладают частной собственностью. Из этого следует конституционный принцип равенства налогообложения, который также содержится в Конституции Итальянской Республики, Республики Польши.

В большинстве конституций закреплено требование о том, что введение, изменение и отмена налогов должны происходить только на основании закона, что не регламентировано ст. 56 Конституции Республики Беларусь. В соответствии с Конституцией Российской Федерации налоги, взимаемые не на основе закона, не могут считаться «законно установленными» (ст. 57). Налог считается установленным в том случае, когда определены налогоплательщики и объекты налогообложения, а именно: объект налогообложения, налоговая база, налоговый период, налоговая ставка, порядок исчисления налога,

порядок и сроки уплаты налога (ст. 17 Налогового кодекса Российской Федерации).

В Конституции Бельгии подчеркивается, что «никакой налог в пользу государства не может быть установлен иначе как законом».

Немаловажной проблемой рационального финансирования расходов государства является сохранение равенства интересов государства максимально пополнить свой бюджет и интересов граждан сохранить свой доход. В связи с этим возникает вопрос экономической возможности (способности) граждан Республики Беларусь и каждого в Российской Федерации уплачивать налоги, которая, к сожалению, не закреплена на конституционном уровне.

В большинстве конституций зарубежных европейских государств указывается на необходимость учитывать фактическую способность или возможность граждан к уплате налогов. Согласно ст. 53 Конституции Итальянской Республики: «Все обязаны участвовать в государственных расходах в соответствии со своей налоговой платежеспособностью».

На основе проведенного исследования можно отметить, что представление авторов текста Конституции Республики Беларусь о значимости конституционной обязанности, связанной с финансированием государственных расходов, является недостаточно четким. Рациональной является замена понятия «граждане» в ст. 56 Конституции Республики Беларусь на «каждый», что установлено в ст. 57 Конституции Российской Федерации.

Считаем полезным и необходимым как в Республике Беларусь, так и в Российской Федерации изучение опыта западноевропейских государств в целях перехода к новой постоянной и действенной системе налогообложения, которая будет основываться на всестороннем объединении лучших методов и заимствованных элементов по опыту налоговых систем зарубежных стран. Полагаем целесообразным ввести формулировку принципа законодательной формы установления налогов в ст. 56 Конституции Республики Беларусь. Данный принцип предусматривает, что обязательства налогоплательщика должны следовать непосредственно из закона, значит, налоги не могут быть произвольными. При установлении налогов нужно принимать во внимание то, что права и свободы человека и гражданина могут быть ограничены только законом и только в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, обеспечения обороноспособности и безопасности государства. Предъявляемые государством требования к налогоплательщикам должны быть выполнимыми, учитывать фактическую способность к уплате налога. Конституция Республики Беларусь как Основной закон государства должна стать той основой, которая позволит проводить эффективную государственную налоговую политику.

Источники

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Общая часть) [Электронный ресурс] : 19 дек. 2002 г., № 166-З : принят Палатой представителей 15 нояб. 2002 г. :

одобр. Советом Респ. 2 дек. 2002 г. : с изм. и доп. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

2. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятими на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 1999. — № 1. — 1/0; 2004. — № 188. — 1/6032.

E. M. Куркович

Научный руководитель — кандидат биологических наук Л. А. Мельникова

ОТДЕЛОЧНЫЕ ПОЛУФАБРИКАТЫ В ФОРМИРОВАНИИ АССОРТИМЕНТА МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

В статье дано обоснование значимости применения натуральных обогатителей в производстве мучных кондитерских изделий общего и функционального назначения. Изложены сведения о значении в питании человека витаминов, минеральных веществ и пищевых волокон, рассмотрены основные способы модификации традиционных мучных кондитерских изделий в функциональные.

Расширение ассортимента и совершенствование технологии мучных кондитерских изделий, снижение их калорийности при условии сохранения и повышения биологической ценности является одним из важных направлений инновационного развития пищевой промышленности. Снижение калорийности мучных кондитерских изделий может быть достигнуто заменой энергетических нутриентов: неусвояемых пищевых веществ (пектин, лигнин, клетчатка); натуральных компонентов растительной и животной природы (овощей, фруктов, отрубей, сухих молочных продуктов, дробленного зерна и др.) [1]. Эти низкокалорийные добавки обладают хорошей стабилизирующей и эмульгирующей способностью, сладким вкусом. За счет использования низкокалорийных заменителей появляется возможность снижения сахара и жира в мучных кондитерских изделиях, что очень важно для профилактики заболеваний [2]. В настоящее время для проектирования пищевых продуктов эффективно используются следующие виды функциональных ингредиентов: пищевые волокна (растворимые и нерастворимые), витамины, минеральные вещества, сопутствующие жирам полисахариды, вторичные растительные соединения (полифенолы, каротиноиды, ликопин), пробиотики, пре-биотики, синбиотики [3].

Пищевые волокна представляют собой смесь органических соединений и имеют уникальную химическую структуру и физические свойства. Их функциональное действие связано с позитивным воздействием на процессы пищеварения, важны они для профилактики сахарного диабета. Витамины и антиоксиданты (A, B, C, E, β-каротин) участвуют в метаболизме, укрепляют иммунную систему организма, замедляют процессы окисления ненасыщенных

жирных кислот, входящих в состав липидов, а также разрушают уже образовавшиеся перекиси. Минеральные вещества как пищевые ингредиенты обладают различными функциональными свойствами. Натрий стабилизирует осмотическое давление межклеточной жидкости, улучшает работу мышц. Калий играет важную роль в метаболизме клетки, способствует нервно-мышечной деятельности. Магний активизирует деятельность ферментов, снижает риск атеросклероза. Кальций способствует работе клеточных мембран, ферментативной активности, участвует в строении костной ткани. Фосфор способствует функционированию нервных клеток, работе ферментов и метаболизму клетки. Йод регулирует количество гормонов щитовидной железы. Железо участвует в кроветворении, переносит кислород [3].

В настоящее время в основе технологий новых пищевых продуктов лежит экспериментальный прием модификации традиционных аналогов. Основным приемом модификации является обогащение продуктов микронутриентами, для которых установлен достоверный дефицит в рационах питания, представляющий потенциальную угрозу для здоровья человека [4].

Мучные кондитерские изделия служат удобным объектом для обогащения их необходимыми питательными веществами. Для отделки тортов и пирожных используют отделочные полуфабрикаты и наполнители отечественного и импортного производства. К ним относят сливочные, белковые, заварные кремы, сухие и жидкие «растительные» сливки производства Бельгии, Италии, Германии, а также фруктово-ягодные наполнители. Несмотря на низкую калорийность, в состав сливок входят гидрогенизованные растительные жиры, искусственные эмульгаторы, стабилизаторы, ароматизаторы, красители и консерванты. Поэтому подбор ингредиентов из природного сырья, отвечающего требованиям функционального питания, для создания низкокалорийных отделочных полуфабрикатов и наполнителей с высокими потребительскими свойствами приобретают высокую актуальность для технологии и товароведения.

Мучные кондитерские изделия относятся к продуктам массового потребления. Установлено, что 20–35 % детского населения и 10–23 % взрослого населения регулярно потребляют мучные кондитерские изделия промышленного производства. Ежедневное повсеместное потребление мучных кондитерских изделий позволяет считать их важными продуктами питания. Поэтому повышение качества кондитерских изделий общего и функционального назначения приобретает особую актуальность. Способы модификации традиционных мучных кондитерских изделий в функциональные продукты связаны с двумя технологическими приемами — снижением их калорийности (достигается применением наполнителей для фруктовых и фруктово-ягодных основ, снижением содержания жира и сахара) и обогащением функциональными ингредиентами (пищевыми волокнами, пребиотиками, витаминами, минеральными веществами, антиоксидантами). В настоящее время в Республике Беларусь и за рубежом ведутся исследования по использованию сырья растительного происхождения, в том числе для разработки нового ас-

сортимента отделочных полуфабрикатов и наполнителей для мучных кондитерских изделий.

Источники

1. Лейбера, Н. В. Инновационный подход к разработке пищевых продуктов, ориентированных на потребителя / Н. В. Лейбера, О. В. Чугунова, Н. В. Заворотина // Экономика региона. — 2011. — № 4. — С. 142–149.

2. Кайшев, В. Г. Функциональные продукты питания: основа для профилактики заболеваний, укрепления здоровья и активного долголетия / В. Г. Кайшев, С. Н. Серегин // Пищевая пром-сть. — 2017. — № 7. — С. 8–14.

3. Нечаев, А. П. Физиологически функциональные ингредиенты при производстве традиционных продуктов питания / А. П. Нечаев, В. В. Тарасова, Ю. В. Николаева // Пищевые ингредиенты: сырье и добавки. — 2011. — № 1. — С. 22–24.

4. Оттавей, П. Б. Обогащение пищевых продуктов и биологически активные добавки: технология, безопасность и нормативная база : пер. с англ. / П. Б. Оттавей. — СПб. : Профессия, 2010. — 312 с.

A. И. Лобан

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г. Г. Виногоров

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ НАЛОГОВУЮ НАГРУЗКУ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В статье рассматриваются действующие и предлагаемые в специальной экономической литературе показатели налоговой нагрузки, проводится сравнение различных методик их расчета, а также представлена предлагаемая автоматом система показателей налоговой нагрузки.

Налоговая нагрузка — это доля изъятия части дохода экономического субъекта в бюджетную систему и внебюджетные фонды, в форме налогов и сборов, а также иных платежей налогового характера. Регулирование величины налоговой нагрузки создает благоприятные условия для развития отдельных видов экономической деятельности, категорий предприятий, территорий.

Общепринятые показатели налоговой нагрузки определяются на микроуровне как отношение налоговых платежей к выручке и на макроуровне как отношение налоговых платежей к валовому внутреннему продукту [1, с. 9].

Тем не менее в литературе рассматриваются и другие методики расчета показателя налоговой нагрузки у таких авторов, как А. С. Бородина [2], М. И. Литвин [3], Г. Л. Попова [4], И. А. Коростелкина [5], В. Р. Юрченко [6] и др.

Сравнительная характеристика различных методик расчета налоговой нагрузки представлена в табл. 1.

Таблица 1

Сравнение различных методик расчета налоговой нагрузки

Наименование показателя	Основная формула расчета
A	B
1. Номинальная или реальная налоговая нагрузка (Налоговый кодекс Республики Беларусь, Департамент налоговой политики Минфина РФ)	$НН = \frac{Н_{общ}}{В_{общ}} \cdot 100 \%,$ где НН — налоговая нагрузка; $Н_{общ}$ — общая сумма начисленных или уплаченных налогов; $В_{общ}$ — общая сумма выручки от реализации
2. Налоговое бремя (М. Н. Крейнина)	$НБ = \frac{В - С_p - ЧП}{В - С_p} \cdot 100 \%,$ где НБ — налоговое бремя; В — выручка от реализации; C_p — затраты на производство реализованной продукции (работ, услуг) за вычетом косвенных налогов; ЧП — чистая прибыль
3. Налоговое бремя (А. Н. Кадушин, Н. М. Михайлова)	$НБ = \frac{Н_c}{ЧА} / \frac{ЧП}{ЧА},$ где НБ — налоговое бремя; $Н_c$ — сумма налогов в совокупном объеме; ЧП — чистая прибыль; ЧА — чистые активы предприятия
4. Относительная налоговая нагрузка (Е. А. Кирова)	$Д_n = \frac{НП + СО}{ВСС} \cdot 100 \%,$ где $Д_n$ — относительная налоговая нагрузка; НП — налоговые платежи; СО — отчисления на социальные нужды; ВСС — вновь созданная стоимость; $ВСС = ОТ + СО + П,$ где ОТ — оплата труда; СО — отчисления на социальные нужды; П — прибыль, с учетом налоговых платежей
5. Налоговая нагрузка от источника уплаты (М. И. Литвин)	$T = \frac{ST}{TY} \cdot 100 \%,$ где T — налоговая нагрузка; ST — сумма налогов; TY — размер источника средств уплаты налогов
6. Абсолютная налоговая нагрузка (И. Н. Данина, А. С. Бородина)	$АНН = НП + НДС + ПСФ + НИ + ЗН + ПрН,$ где АНН — абсолютная налоговая нагрузка; НП — сумма налога на прибыль; НДС — сумма налога на добавленную стоимость; ПСФ — сумма взносов на обязательное страхование от несчастных случаев; НИ — сумма имущественного налога; ЗН — сумма земельного налога; ПрН — прочие налоги (акцизы и др.)

Окончание табл. 1

А	Б
7. Налоговая нагрузка на выручку от основного вида деятельности (И. Н. Данина, А. С. Бородина)	$НН_{ВР} = \frac{АНН}{ВР},$ где $НН_{ВР}$ — налоговая нагрузка на выручку от реализации продукции собственного производства; $ВР$ — выручка от реализации
8. Налоговая нагрузка на добавленную стоимость (И. Н. Данина, А. С. Бородина)	$НН_{ДС} = \frac{АНН}{ДС},$ где $НН_{ДС}$ — налоговая нагрузка на добавленную стоимость; $ДС$ — добавленная стоимость
9. Налоговая нагрузка на имущество предприятия (И. Н. Данина, А. С. Бородина)	$НН_{И} = \frac{НИ + ЗН}{СтИ},$ где $НИ_{И}$ — налоговая нагрузка на имущество предприятия; $НИ$ — сумма имущественного налога; $ЗН$ — сумма земельного налога; $СтИ$ — среднегодовая стоимость имущества (основных средств)
10. Налоговая нагрузка на среднегодовую численность работников (И. Н. Данина)	$НН_{СЧР} = \frac{АНН}{СЧР},$ где $НН_{СЧР}$ — налоговая нагрузка на среднегодовую численность работников; $СЧР$ — среднегодовая численность работников
11. Налоговая нагрузка на доход (активы предприятия, чистую прибыль, рыночную стоимость компании, чистые активы, расходы предприятия, расходы по оплате труда) (А. С. Бородина)	$НН_{Д} = \frac{АНН}{Д(А, ЧП, РС, ЧА, Р, ОТ)},$ где $НН_{Д}$ — налоговая нагрузка на доход; $Д$ — доход предприятия, включающий доходы от реализации и вне-реализационные доходы; $А$ — среднегодовая величина активов; $ЧП$ — чистая прибыль; $РС$ — рыночная стоимость компании; $ЧА$ — среднегодовая стоимость чистых активов; $Р$ — расходы предприятия; $ОТ$ — сумма выплат работникам предприятия за выполненную работу

Источник: собственная разработка на основе [1–6].

Из данных табл. 1 видно, что нет единства как в названиях показателей, так и в методике их расчета. В основном методики расчета различаются базой сравнения в знаменателях формул. Кроме того, применяется старая терминология показателей.

Из всех рассмотренных методик автор считает заслуживающим внимания методику М. И. Литвина, в которой в качестве базы для определения налоговой нагрузки используется источник средств уплаты налогов. В данной методике большое внимание уделяется частным показателям, определяемым как соотношение отдельных групп налогов с конкретным источником платежа.

Разработанная автором система показателей, основанная на методике М. И. Литвина, и их расчет представлены в табл. 2.

Таблица 2

Предлагаемая система показателей налоговой нагрузки

Показатель	Формула расчета
1. Налоговая нагрузка	$HH = \frac{H_{общ}}{B_{общ}} \cdot 100 \%$, где HH — налоговая нагрузка; $H_{общ}$ — общая сумма налогов; $B_{общ}$ — общая сумма выручки от реализации
2. Налоговая нагрузка на выручку	$HH_B = \frac{НДС + А}{B_{общ}} \cdot 100 \%$, где HH_B — налоговая нагрузка на выручку; НДС — сумма налога на добавленную стоимость; А — акции; $B_{общ}$ — общая сумма выручки от реализации
3. Налоговая нагрузка на себестоимость	$HH_{CC} = \frac{ЗН + ЭН + ННН + СО}{СС} \cdot 100 \%$, где HH_{CC} — налоговая нагрузка на себестоимость; ЗН — сумма земельного налога; ЭН — сумма экологического налога; ННН — сумма налога на недвижимость; СО — отчисления на социальные нужды
4. Налоговая нагрузка на прибыль	$HH_{Пр} = \frac{НП}{Пр} \cdot 100 \%$, где $HH_{Пр}$ — налоговая нагрузка на прибыль; НП — сумма налога на прибыль; Пр — сумма прибыли
5. Предлагаемый автором обобщающий интегральный показатель налоговой нагрузки	$IHH = \sqrt[3]{HH_B \cdot HH_{CC} \cdot HH_{Пр}}$

Источник: собственная разработка.

Автором предлагается интегральный обобщающий показатель налоговой нагрузки, который рассчитывается по средней геометрической величине, поскольку обобщающий показатель, предложенный М. И. Литвиным, определяемый путем суммирования частных относительных показателей, является некорректным.

Предложенная методика имеет большее практическое применение по сравнению с другими методиками и позволяет в зависимости от цели пользователя дифференцированно оценивать налоговую нагрузку исходя из источников уплаты налогов, изучать ее в динамике, а также в сравнении с налоговой нагрузкой других организаций.

Автор опробовал данную методику на фактических материалах ПТУП «Горецкий элеватор» Горецкого района Могилевской области. По данным расчетов установлено, что интегральный обобщающий показатель по своему уровню 13,45 % близок к общепринятым показателям налоговой нагрузки 14,50 % (табл. 2, показатель 1).

Источники

1. Данина, И. Н. Налоговая нагрузка организации. Показатели и методика оценки : автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.10 / И. Н. Данина. — М., 2005. — 26 с.
2. Бородина, А. С. Расчет и оценка налоговой нагрузки предприятий реального сектора экономики : автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.10 / А. С. Бородина. — Орел, 2012. — 23 с.
3. Литвин, М. И. Налоговая нагрузка и экономические интересы предприятий / М. И. Литвин // Финансы. — 2010. — № 5. — С. 55–59.
4. Попова, Г. Л. Налоговая нагрузка и налоговый потенциал региона: анализ взаимовлияния / Г. Л. Попова // Междунар. бух. учет. — 2019. — Т. 22, № 2. — С. 205–223.
5. Коростелкина, И. А. Методика расчета налоговой нагрузки экономических субъектов / И. А. Коростелкина // Междунар. бух. учет. — 2014. — № 32. — С. 41–51.
6. Юрченко, В. Р. Регулирование налоговой нагрузки как фактора развития производства : автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.10 / В. Р. Юрченко. — М., 2007. — 22 с.

И. А. Лосик

Научный руководитель — кандидат экономических наук И. Н. Алешкович

ЭЛЕКТРОННОЕ ДЕКЛАРИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

В статье рассмотрены основные процедуры, необходимые для подключения к системе электронного декларирования. Проведен анализ данных о численности плательщиков, использующих систему электронного декларирования, выявлены проблемы, возникающие при использовании СЭД, предложены пути оптимизации электронного взаимодействия налоговых органов с плательщиками.

Электронное декларирование представляет собой систему (далее — СЭД), позволяющую плательщикам облегчить процесс составления налоговых деклараций и полностью автоматизировать процесс представления их в электронном виде в налоговые органы, исключая необходимость посещения инспекций Министерства по налогам и сборам.

Для работы с СЭД плательщикам необходимо выполнить ряд процедур:

- регистрация в качестве потребителя республиканского удостоверяющего центра Государственной системы управления открытыми ключами проверки электронно-цифровой подписи Республики Беларусь;
- установка программного обеспечения криптопровайдера и персонального менеджера сертификатов для работы с электронно-цифровой подписью, АРМ «Плательщик» на рабочем компьютере либо на компьютерах в сети [1];
- подготовка и передача в налоговые органы электронных налоговых деклараций через Личный кабинет плательщика, либо путем направления на портал Министерства по налогам и сборам (далее — МНС) специального xml-файла. Возможен также вариант использования для этих целей специализированного программного обеспечения, разработанного МНС и размещенного на портале МНС [1];
- ожидание результатов приема электронной декларации. Поступившая в электронной форме в МНС налоговая декларация подвергается формально-логическому контролю.

На основе данных инспекций МНС по г. Минску о количестве плательщиков, подключившихся к СЭД за последние семь лет, можно сделать вывод, что отмечается заметный рост числа абонентов, использующих данную систему (см. таблицу). Система электронного декларирования позволяет избежать арифметических и логических ошибок в процессе заполнения форм; отправлять документы в любое время в налоговые органы; хранить в электронном виде большие объемы деклараций за длительный период.

Количество абонентов системы электронного декларирования
по г. Минску за 2012–2018 гг.

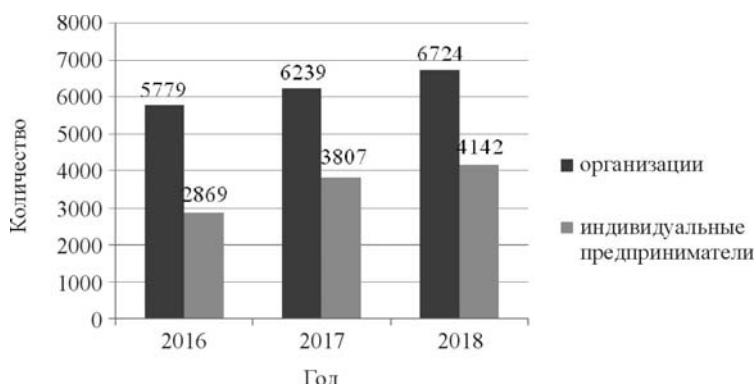
Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Количество абонентов	19 333	33 786	52 043	73 000	88 700	93 367	112 040
Из них: организации	12 559	23 952	34 192	39 000	41 500	44 567	55 698
индивидуальные предприниматели	6 774	9 834	17 851	34 000	47 200	48 800	56 342

Источник: собственная разработка на основе [2].

Анализируя данные таблицы, можно заметить, в 2013 г. число организаций, использующих СЭД по г. Минску, увеличилось почти в два раза по сравнению с 2012 г. Такая же тенденция наблюдается в случае индивидуальных предпринимателей в 2014 и 2015 гг. по сравнению с предыдущими годами. Можно выделить несколько причин: внедрение автоматизированных систем в повседневную деятельность государственных органов; развитие ИТ-технологий во всех сферах жизни общества и экономики в целом; также обязанность представления налоговых деклараций, утвержденных законодательно.

Также необходимо отметить, что в абсолютном значении количество индивидуальных предпринимателей в качестве абонентов СЭД в 2016 г. превысило количество абонентов — организаций СЭД на 5700 плательщиков. В дальнейшем данная тенденция сохраняется. В 2018 г. к системе электронного декларирования подключилось 112 040 плательщиков, или 77,5 % субъектов предпринимательской деятельности. Это на 18 673 ед., или на 14,6 % больше, чем в 2017 г. Также в 2018 г. в инспекции МНС г. Минска поступило свыше 634 000 налоговых деклараций в виде электронного документа и свыше 200 000 иных электронных документов (заявлений, уведомлений, других документов) [2].

Актуальным является аналитическое исследование электронного декларирования в рамках инспекции Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь по Центральному району г. Минска. Количество плательщиков за 2016–2018 гг., состоящих на учете в инспекции МНС по Центральному району г. Минска, которые используют систему электронного декларирования, представлено на рисунке.



Количество абонентов системы электронного декларирования в ИМНС по Центральному району г. Минска за 2016–2018 гг., ед.

Источник: собственная разработка на основе [2].

Таким образом, можно заметить, что с каждым годом прирост числа индивидуальных предпринимателей, подключившихся к СЭД, происходит с меньшей скоростью, чем равномерный прирост числа абонентов СЭД — организаций. Распространенной причиной является несогласие индивидуальных предпринимателей с высокой стоимостью подключения к СЭД. Удельный вес плательщиков, подключившихся к системе электронного декларирования в общем количестве плательщиков, состоящих на учете на 01.01.2018 г., составляет: всего — 76,3 %, в том числе организации — 79,84 %, индивидуальные предприниматели — 71,12 %; на 01.01.2019 г.: всего — 82,13 %, в том

числе организации — 89,05 %, индивидуальные предприниматели — 72,94 %. Очевидно, темп прироста доли абонентов СЭД — организаций более значителен (на 11,54 %), чем темп прироста доли абонентов СЭД — индивидуальных предпринимателей (на 2,56 %).

Несмотря на новые возможности подачи деклараций посредством СЭД, данная система имеет ряд недостатков:

- стоимость электронного ключа одинакова для крупных предприятий и индивидуальных предпринимателей;
- отсутствие системы автоматического обновления;
- периодически наблюдаются сбои и нестыковки в работе системы, в результате чего отдельные начисления по налогам, сборам (пошлинам) не попадают в базу данных своевременно.

В связи с этим считаем целесообразным дальнейшее совершенствование СЭД и внедрение новых элементов для оптимизации работы налоговых органов. С этой целью необходимо разработать алгоритмы оценки СЭД как со стороны плательщика, так и налогового органа, разработать оптимальную для плательщиков систему оплаты СЭД, а также внедряя новые элементы в СЭД, делать их проще и доступнее для каждого участника данной системы.

Таким образом, существует прямая зависимость между электронным декларированием и снижением затрат на налоговое администрирование для плательщиков и налоговых органов. Однако следует отметить, что эффективность взаимодействия в полной мере достигается только при стопроцентном обмене информацией, так как при частичном использовании электронного декларирования сохраняется необходимость привлекать дополнительные трудовые и финансовые ресурсы для бумажного документооборота.

Источники

1. Об электронном документе и электронной цифровой подписи : Закон Респ. Беларусь : 28 дек. 2009 г., № 113-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 08.11.2018 г., № 143-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2010. — 2/1665.

2. Аналитика [Электронный ресурс] // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.nalog.gov.by/ru/analytics_ru/. — Дата доступа: 19.08.2019.

A. A. Лосик, Е. И. Шляпкин-Шляпков

Научный руководитель — кандидат социологических наук И. В. Лашук

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ РЕКЛАМНОГО РЫНКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В работе рассматривается реклама как важный фактор социально-экономического, общественного и культурного развития. Она составляет значимую часть экономического пространства и способствует повышению товарооборота

та, развитию предпринимательства, конкуренции, рыночных отношений. Сфера рекламной деятельности выражена тысячами рабочих мест, а сам сегмент рынка имеет огромное влияние на сферу услуг. Субъекты, объекты, рабочие механизмы рынка рекламы в Республике Беларусь имеют свою специфику, что требует социологического подхода к их изучению.

Рекламная деятельность в Республике Беларусь не подлежит лицензированию, специалистам в области рекламы не нужно проходить аттестацию, т.е. высоких входных барьеров на этом рынке нет, и этим объясняется присутствие на нем более 400 рекламных организаций.

Лидерами рынка, имеющими в своем клиентском портфеле наиболее крупных рекламодателей, являются именно те агентства, которые участвуют и побеждают на фестивалях рекламы и маркетинга. В Беларуси таких агентств порядка 10 из более чем 400, чего явно недостаточно для развитого рынка («Белая Корона», Forte Grey, «Крынь», «Пингвин», «Ремарк», «Фокус-Группа», «Артстайлэр»). Например, «РА Крынь» взяла Гран-при в номинации «Печатная наружная реклама» на Московском международном фестивале рекламы и маркетинга Red Apple 2009. «РА Белая корона» проводит ежегодный Международный фестиваль рекламы в Минске, куда съезжаются рекламные компании из стран ближнего и дальнего зарубежья.

В рекламной отрасли существуют проблемы, но большая часть из них относится к разряду постоянных, а не приобретенных в период кризиса [1]. К ним относятся:

- невысокий рейтинг белорусских компаний. Так, в рейтинг пятнадцати крупнейших рекламодателей Беларуси входит всего пять белорусских компаний. Оставшиеся 10 — такие иностранные бренды, как Nestle, Procter&Gamble и т.д., что делает рекламную отрасль нашей страны зависимой от экономической ситуации в зарубежных странах. Среди белорусских компаний, занимающихся активной рекламой, можно выделить только РУП «Белорусские лотереи» и «Национальные спортивные лотереи».

Таким образом, среднестатистическое белорусское предприятие недостаточно понимает, что мало произвести конкурентоспособный продукт, надо его еще и продать. А для этого потребитель должен узнать о существовании этого продукта. Реклама у директора белорусского предприятия обычно ассоциируется с черно-белым газетным модулем и ограничивается классическим: «Низкие цены, высокое качество». Это находит свое отражение в следующем:

- стремление руководителей многих отечественных предприятий, находящихся в сложных экономических условиях, в первую очередь сокращать рекламные бюджеты (хотя без грамотного продвижения своего товара невозможно ни выйти на новые рынки сбыта, ни удержаться на старых);

- отсутствие у специалистов служб маркетинга отечественных предприятий навыков эффективной работы в условиях агрессивной, динамично развивающейся среды;

- не очень высокое качество отечественных рекламных продуктов (навязывание заказчиками своего мнения рекламистам по принципу: «Кто платит, тот и прав»);
- при создании рекламных продуктов часто используются устаревшие эстетические и культурные шаблоны.

При анализе различных медиа на рынке рекламы в Беларуси определили, что в связи с кризисом рынок печатных СМИ пострадал больше всех остальных медиа — объем затрат сократился на 22 %, наружная реклама — на 20 %, радио — на 10 %, и лишь Интернет демонстрирует рост. За 2018 г. расходы на интернет-рекламу выросли на 15 %, по сравнению с 2017 г. (с 5,2 до 6 млн дол.) [2].

Основная причина низкой рекламной активности многих белорусских предприятий не в нехватке средств, а в подходе — недопонимании руководителями предприятий-производителей роли рекламы в увеличении товарооборота. Специалисты маркетинговых и рекламных служб таких предприятий зачастую заняты не вопросом продвижения продукции на рынок, не анализом эффективности проведенной рекламной кампании, а общехозяйственными вопросами (отгрузки, сбыта и др.). Поэтому развитие рекламного рынка Республики Беларусь характеризуется количественными и качественными изменениями в объеме сделок между рекламодателями, рекламопроизводителями и рекламораспространителями. Несмотря на то что факторов, вызывающих изменения на рекламном рынке, достаточно много (правовое регулирование, социальные ограничения, профессионализм и креативность создателей рекламы, развитие технологий производства и распространения рекламы и т.д.), главное воздействие на состояние белорусского рекламного рынка оказывает спрос на рекламные услуги со стороны представителей бизнеса (обусловленный динамикой и структурой потребительского спроса). Причем в большей степени рекламный рынок в Беларуси формируют заказы рекламодателей, которые являются представителями иностранного бизнеса, либо привлекают импортные товары.

Кроме относительно малого масштаба белорусский рекламный рынок имеет такую особенность, как сезонность: период с сентября по декабрь каждого года обеспечивает 60 % годового значения объема сделок на рынке. Следует отметить, что большую часть рынка формируют рекламные агентства, которые являются представительствами международного рекламного бизнеса в Республике Беларусь. Еще особенность белорусского рекламного рынка состоит в том, что основную долю в числе его операторов составляют индивидуальные предприниматели (около 65 %). Пятая особенность — в рекламе белорусских товаров и услуг должны быть использованы образы белорусских граждан, а к производству рекламы привлечены белорусские организации.

Самым перспективным сегментом белорусского рекламного рынка является сегмент интернет-рекламы. По объективным причинам активный рост спроса и предложения на рекламу, распространяемую в сети Интернет, в том

числе с помощью мобильных устройств, сегодня является общей тенденцией во всем мире. Сегмент других видов рекламы прирастает за счет увеличения популярности использования для продвижения POS-материалов и печатной рекламы. Более половины оборота рекламного рынка приходится на телевизионную рекламу [2].

В Беларуси это самый эффективный вид рекламы. Стоимость изготовления и проката телерекламы самая высокая в абсолютном выражении, а по стоимости одного рекламного контакта — одна из самых дешевых. В структуре разновидностей телевизионной рекламы на прямую рекламу (ролики в рекламных блоках между телепередачами (фильмами и т.д.) и внутри их трансляции) приходится до 93 %, а на спонсорство (так называемую партнерскую рекламу) — не более 7 %. Радиореклама занимает около 6 % в структуре рекламного рынка и достаточно популярна в последние годы у производителей пищевой продукции и торговых предприятий. Исследования показывают, что большинство потребителей радиорекламы контактируют с ней с помощью приемников (ресиверов) 84 %, в Интернете слушают радио 8 %, а с помощью мобильного телефона — лишь 4 % населения. Дома радио прослушивают 22 % потенциальных потребителей, на работе — 33 %, а в автомобиле — 43 %. Интернет-реклама завоевывает популярность у рекламодателей и увеличивает долю на рынке быстрыми темпами [2].

Структура сегмента интернет-рекламы по состоянию на конец 2018 г. сложилась в следующем виде: около 50 % рекламных затрат на интернет-рекламу приходится на баннерную рекламу, 33 % — на контекстную рекламу, 15 % занимает новостная реклама, 2 % — видеореклама, а на рекламу в приложениях для мобильных телефонов пока приходится лишь около 1 %. В перспективе ожидается снижение доли баннерной рекламы и рост видеорекламы и мобильной рекламы. Высокий прогнозируемый рост сегмента интернет-рекламы обусловлен ростом уровня проникновения Интернета и увеличением доли пользователей мобильного Интернета (до 28 %). Однако основная доля оборота в данном сегменте формируется в основном щитовой рекламой и вывесками. Рост сегмента наружной рекламы в последние 5 лет обусловлен распространением рекламоносителей в районных центрах, которые до этого времени считались операторами рынка не перспективными. Вместе с тем по-прежнему наиболее высока концентрация объектов наружной рекламы в столице республики и областных центрах. Крупнейшими рекламодателями в сегменте наружной рекламы являются операторы мобильной связи [2].

Таким образом, рекламный рынок Республики Беларусь находится в стадии развития. Не до конца сформированная инфраструктура рынка маркетинговых услуг обуславливает недостаток информации о рекламном рынке. Прогнозы развития рекламного рынка тесно увязаны с социально-экономическим развитием, так как рекламный рынок очень чутко реагирует на изменения как в социальной сфере, так и экономике в целом. Структура рекламного рынка в перспективе будет схожа со структурой мирового рынка. Наиболее

перспективным сегментом является интернет-реклама. Сегмент телевизионной рекламы также еще продолжительное время будет оставаться доминирующим в структуре рекламного рынка. Малый объем белорусского рекламного рынка обусловлен объективными причинами, но при изменении экономической ситуации на рынке темпы его роста будут выше, чем, например в России.

Источники

1. Блюм, М. А. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности / М. А. Блюм. — Тамбов : Изд-во ТГТУ, 2009. — 160 с.
2. Обзор рынка интернет-рекламы Республики Беларусь [Электронный ресурс] // JSON.TV. — Режим доступа: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzor-ryntka-internet-reklamy-respubliki-belarus-2014081301030726. — Дата доступа: 10.10.2019.

A. H. Марченко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.Э. Пекарская

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТЕКУЩЕГО СЧЕТА ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрен текущий счет платежного баланса Республики Беларусь за период с 2010 по 2018 г. Также анализируется динамика основных показателей данного счета с помощью расчета соответствующих статистических методов. Кроме этого, изучена товарная структура экспорта и импорта за 2010 и 2018 гг.

На современном этапе развития в Беларуси, как и во многих других государствах, внешнеэкономическая деятельность является приоритетной. Учет и анализ операций в данной сфере дает представление о состоянии экономики в стране в целом. Платежный баланс и есть результат внешнеэкономических действий, совершаемых между резидентами Республики Беларусь и нерезидентами. Он отражает все показатели, которые характеризуют деятельность Республики Беларусь на мировом рынке. Счет текущих операций платежного баланса учитывает такие категории, как товары, услуги, первичные и вторичные доходы. Анализ динамики и структуры данных показателей позволяет оценить текущее положение белорусской экономики и выявить тенденции ее развития.

Платежный баланс Республики Беларусь — это статистический отчет, в котором в систематизированном виде отражаются суммарные данные о внешнеэкономической деятельности страны за определенный период [1].

В состав платежного баланса входят счет товаров и услуг, счет первичных доходов, счет вторичных доходов, счет операций с капиталом и финансовый счет. Счет текущих операций охватывает любые внешнеэкономические операции с экономическими ценностями [2]. Основные разделы данного счета — товары, услуги, первичные и вторичные доходы. При построении платежного баланса используется принцип двойной записи. Он заключается в представлении каждой учитываемой операции двумя записями, имеющими равное стоимостное выражение. В результате использования данного принципа разница между суммой всех кредитовых и дебетовых записей должна равняться нулю. По кредиту счета текущих операций отражаются экспорт товаров и услуг; первичный и вторичный доход к получению, а по дебету — импорт, первичный и вторичный доход к выплате.

Для анализа динамики показателей текущего счета платежного баланса Республики Беларусь были рассчитаны аналитические и средние показатели динамического ряда (абсолютные приrostы, темпы роста и др.) [3, с. 430]. В качестве исходных данных использовались показатели текущих операций платежного баланса Республики Беларусь за 2010–2018 гг., которые представлены в табл. 1 [1].

Таблица 1

Основные показатели текущих операций платежного баланса
Республики Беларусь за 2010–2018 гг., млрд дол. США

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Экспорт товаров и услуг	29,301	46,537	51,886	44,046	43,302	32,797	29,926	36,529	41,970
Импорт товаров и услуг	36,801	47,746	49,052	46,387	43,791	32,697	29,958	36,446	41,276
Сальдо первичных доходов	-1,096	-1,361	-1,473	-2,684	-2,414	-2,465	-2,191	-2,058	-2,387
Сальдо вторичных доходов	0,316	-2,482	-3,223	-2,541	-2,324	0,534	0,611	1,030	1,428

На протяжении всего изучаемого периода сальдо первичных доходов отрицательное. Это означает, что валовой внутренний продукт страны в эти годы превышал валовой национальный доход.

В отличие от предыдущего показателя общая сумма выплат, характеризующих вторичные доходы, с 2011 по 2014 г. превышала общую сумму поступлений по ним, так как сальдо вторичных доходов отрицательное. В периоде с 2010 по 2018 г. наблюдается положительное сальдо текущих трансфертов из-за рубежа.

Рассчитанные на основе табл. 1 цепные абсолютные приросты и темпы роста по экспорту и импорту товаров и услуг представлены в табл. 2.

Таблица 2

Цепные показатели динамики экспорта и импорта товаров и услуг
Республики Беларусь за 2011–2018 гг., млрд дол. США

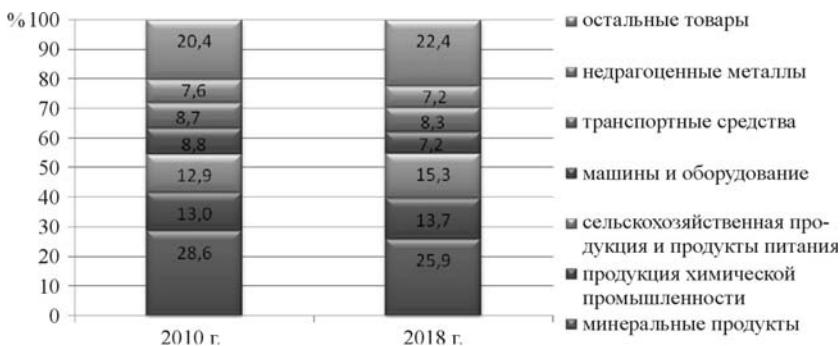
Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Абсолютный прирост:								
экспорта товаров и услуг	17,235	5,348	-7,839	-7,432	-10,505	-2,870	6,602	5,440
импорта товаров и услуг	10,944	1,306	-2,665	-2,595	-11,094	-2,738	6,487	4,829
Темп роста:								
экспорта товаров и услуг	159	111	85	98	76	91	122	115
импорта товаров и услуг	130	103	95	94	75	92	122	113

Так, наибольшее увеличение экспорта товаров и услуг пришлось на 2011 г., когда данный показатель вырос на 59 %, или 17,235 млрд дол. США. А самое значимое его сокращение по сравнению с предыдущим годом наблюдалось в 2015 г., в котором экспорт товаров и услуг уменьшился на 24 %, или 10,505 млрд дол. США.

Схожую динамику имеет величина импорта товаров и услуг. Так, в 2011 г. наблюдается самый больший его рост: импорт увеличился на 30 %. Самое значимое сокращение по импорту, как и по экспорту, пришлось на 2015 г., когда показатель снизился на 25 %, что составило 11,094 млрд дол. США.

В среднем ежегодно экспорт товаров и услуг увеличивался на 4,6 %, или 1,583 млрд дол. США. Импорт товаров и услуг каждый год возрастал в среднем на 1,4 %, или на 559 млн дол. США.

Товарная структура экспорта за 2010 и 2018 гг. представлена на рисунке.



Товарная структура экспорта за 2010 и 2018 гг., %

На рисунке видно, что как в 2010, так и в 2018 г., основные позиции занимают такие категории товаров, как минеральные продукты, продукция химической промышленности, а также сельскохозяйственная продукция и продукты питания. Но также следует отметить, что за 9 лет доля минеральных продуктов в общем объеме экспорта товарами сократилась на 2,7 п.п. При этом значительно вырос удельный вес сельскохозяйственной продукции и продуктов питания (на 2,4 п.п.).

Изучение товарной структуры импорта [4] показало, что как в 2010, так и в 2018 г., лидирующие позиции в импорте товаров занимают минеральные продукты, машины и оборудование. Третье место в товарной структуре импорта в 2010 г. занимали недрагоценные металлы, удельный вес которых за 9 лет сократился на 1,3 п.п. В 2018 г. эту позицию заняли продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье. Значительным изменением удельного веса характеризуются минеральные продукты, доля которых с 2010 по 2018 г. снизилась на 5,7 п.п.

Таким образом, в динамике показателей текущего счета платежного баланса в период с 2010 по 2018 г. можно наблюдать положительные тенденции, проявляющиеся в росте объема экспорта товаров и услуг; сокращении отрицательного сальдо экспортно-импортных операций; а в 2017–2018 гг. — в превышении экспорта товаров и услуг над их импортом; а также увеличении показателя чистых вторичных доходов из-за рубежа. Все это свидетельствует об эффективности проводимой в стране внешнеэкономической политики.

Источники

1. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.nrb.by/statistics/balpay/methodology/geninfo6.pdf>. — Дата доступа: 06.10.2019.
2. Платежный баланс, международная инвестиционная позиция и валовой внешний долг Республики Беларусь / Нац. банк Респ. Беларусь. — Минск, 2018.
3. Теория статистики : учеб. пособие / Л. И. Карпенко [и др.] ; под ред. Л. И. Карпенко. — Минск : БГЭУ, 2013. — 591 с.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 06.10.2019.

A. И. Матвеева

Научный руководитель — кандидат технических наук М. Н. Садовская

РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТА АВТОМАТИЗАЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ ДОКУМЕНТОВ УЧЕТА ПОЧАСОВОЙ РАБОТЫ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

В работе представлена разработка инструмента для автоматического формирования документации и учета объемов запланированной и выполненной учеб-

ной нагрузки преподавателя на условиях почасовой оплаты труда. Предметом исследования были инструменты автоматизации оформления документации и учета почасовой оплаты труда на примере учреждения образования, а объектом разработки — почасовая оплата труда преподавателя.

Любой бухгалтерский учет опирается на документальное отражение деятельности организации. Именно совокупность необходимых документов обеспечивает нужное обоснование бухгалтерскому учету. Составление бухгалтерских документов при совершении хозяйственных операций называют первичным учетом, а такую документацию — первичной.

В данной статье пойдет речь о составлении таких первичных документов при почасовой оплате труда преподавателя в учреждении образования. Особенностью этих документов является необходимость разделения учебной нагрузки по видам (лабораторные занятия, руководство магистерскими диссертациями, зачеты и пр.), категориями обучающихся, с которыми проводилась учебная работа (студенты, аспиранты, магистранты, слушатели), структурным подразделениям (кафедра, отдел аспирантуры, факультет). Поэтому заполнение бланков первичных документов этого учета требует четкой своевременности и большого внимания от преподавателя. А необходимость их заполнения вручную в нескольких экземплярах приводит к возникновению описок и многократному переписыванию, т.е. к бессмысленным временными и трудовыми затратам преподавателя.

Имея в виду все вышесказанное, можно сформулировать цель данной научной работы: на основе информационных технологий разработать инструмент для упрощения оформления документации на почасовую оплату труда преподавателя и автоматизировать учет объемов этих работ.

Первичными документами бухгалтерского учета почасовой оплаты труда преподавателя являются:

- договор о выполнении работы на условиях почасовой оплаты труда;
- дополнительное соглашение к договору о выполнении работы на условиях почасовой оплаты труда;
- акт выполненных работ по договору.

В качестве программной среды достижения поставленной цели была выбрана СУБД Access. Эта программа доступна любому пользователю, так как входит в состав электронного офиса MS Office, имеет дружественный интерфейс и позволяет организовать работу с данными через формы, привычные даже неквалифицированным пользователям.

Структура разработанной базы данных (БД) включает три таблицы (рис. 1), в которых хранится вся информация, необходимая для заполнения учетных документов преподавателей.

Для заполнения, редактирования и просмотра БД разработана система взаимосвязанных форм. Формы позволяют максимально упростить процесс работы с базой данных. Именно благодаря им любой преподаватель независимо от уровня его квалификации в области информационных технологиях сможет пользоваться БД.

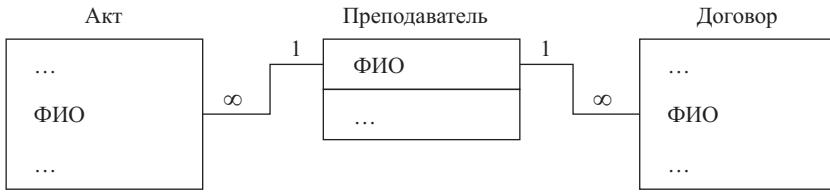


Рис. 1. Схема данных

Источник: собственная разработка.

Главная форма автоматически открывается при запуске БД с помощью созданного макроса AutoExec и предоставляет удобную навигацию по всем ресурсам БД.

Эта навигационная форма состоит из двух вкладок: «Главная» и «База данных».

Кнопки на вкладке «Главная» (рис. 2) позволяют внести в БД сведения о преподавателе или создать договор (дополнительное соглашение), или акт преподавателям, данные которых в базе уже есть в БД.



Рис. 2. Форма «Навигация» вкладка «Главная»

Источник: собственная разработка.

Вкладка «База данных» (рис. 3) предназначена для просмотра содержимого БД по выбранному в поле со списком преподавателю: его личные данные (должность, ученая степень, адрес, паспортные данные и др.); плановая нагрузка, отраженная в договоре, дополнительных соглашениях и суммарная на учебный год; фактически выполненная нагрузка суммарная и в отдельных актах.

Суммарные значения плановой и фактически выполненной нагрузки через созданные запросы формируют вспомогательные таблицы и служат для контроля выполнения запланированных объемов работ.



Рис. 3. Форма «Навигация» вкладка «База данных»

Источник: собственная разработка.

Поскольку главной целью данной научной работы было упрощение заполнения документов, которые всегда должны соответствовать определенным шаблонам, необходимо было данные шаблоны создать. Для этого была использована программа Microsoft Word и в частности такие ее инструменты, как шаблоны и закладки.

Было создано три шаблона (договор, дополнительное соглашение, акт) — для каждого из первичных документов учета почасовой оплаты труда преподавателя. Все они создавались по образцу соответствующих бланков. В шаблонах размещены местозаполнители и организован ввод необходимых сведений из БД через именные закладки, соответствующие полям в базе данных.

Экспорт данных и заполнение всех документов в созданных шаблонах Word организован с помощью программирования на языке VBA. Механизм заполнения таков: код VBA ищет закладку в шаблоне и вставляет на ее место значение одноименного поля из таблицы базы данных для выбранного преподавателя.

Таким образом, данная разработка включила следующие элементы: структуру БД из трех таблиц для хранения всех сведений для первичных учетных документов; систему взаимосвязанных форм, обеспечивающих удобный интерфейс для работы с БД; запросы для организации контроля выполнения запланированных объемов работ; макрос открытия навигационной формы; программный код на языке VBA для экспорта данных в Word, три шаблона выходных документов Word и методические рекомендации по работе с БД.

Созданный инструмент позволяет автоматизировать учет и оформление документов при выполнении работ преподавателями на условиях почасовой оплаты и может быть внедрен в деятельность любой кафедры или отдельного преподавателя.

Найденные решения были протестированы на кафедре информационных технологий Белорусского государственного экономического университета и внедрены на кафедры факультета цифровой экономики, учетно-экономического факультета и факультета финансов и банковского дела.

Д. В. Милош

Научный руководитель — кандидат экономических наук К. А. Забродская

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ

В статье предложено авторское определение термина «цифровые финансовые активы». Систематизированы подходы и определены требования, которые необходимо учитывать при выборе и разработке системы показателей оценки развития цифровых финансовых активов. Разработана концептуальная модель, позволяющая формализовать основные этапы оценки развития цифровых финансовых активов.

В условиях цифровой экономики научный и практический интерес вызывают стремительное развитие цифровых финансовых активов (далее — ЦФА) как одного из самых инновационных инструментов финансового рынка и поддержка принятия решения о целесообразности инвестирования в них, что предопределило актуальность настоящего исследования.

В ходе исследования было предложено авторское определение цифровых финансовых активов — электронный (цифровой) эквивалент имущества, существующего в денежной форме или в форме различных финансовых инструментов, а также приносящего доход. На современном этапе развития можно выделить несколько видов ЦФА: электронные деньги, криптовалюта, токены, цифровые ценные бумаги, иное имущество, имеющее электронную форму.

Анализ публикаций по теме исследования [1] позволил систематизировать подходы и определить требования, которые необходимо учитывать при выборе и разработке системы показателей оценки развития цифровых финансовых активов (см. таблицу).

Систематизация современных подходов к оценке развития ЦФА

Подход	Характеристика
1	2
Системный	Представление объекта оценки как качественно определенной, внутренне противоречивой и взаимодействующей во всех своих элементах системы связей, имеющей ресурсы, цель и взаимосвязь с внешней средой

Окончание

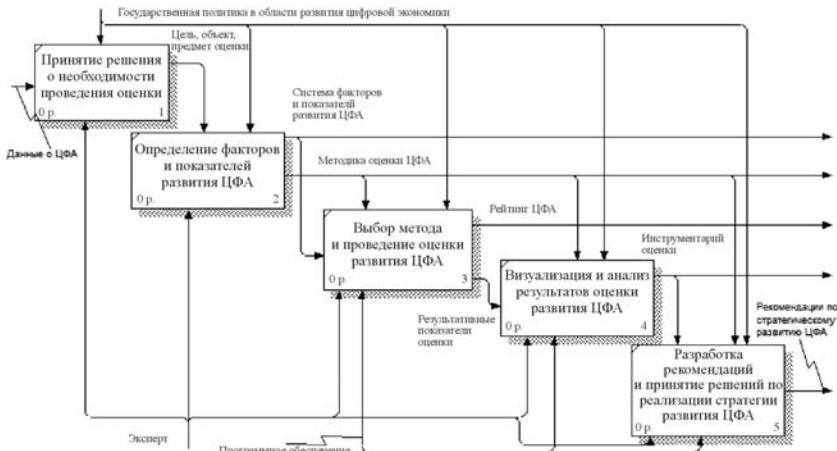
1	2
Комплексный	Система показателей развития формируется на основе комплекса взаимосвязанных факторов (например, политических, экономических, социальных, технологических и др.)
Структурный	Рассмотрение системы показателей развития в виде иерархической структуры (частные комплексные общие показатели)
Количественный	Переход от качественных оценок уровня развития к количественным при помощи экономико-математических и статистических методов, экспертных оценок и системы баллов
Динамический	Рассмотрение динамики изменения объекта оценки во времени, в причинно-следственных связях и соподчиненности факторов его развития
Индексный	Расчет показателя (индекса) развития, основанный на отношении фактического значения показателя к базовому или эталонному значению; либо на отношении отклонения фактического значения показателя от минимального значения к размаху вариации между максимальным и минимальным значениями показателя развития за данный период
Рейтинговый	Сопоставимость результатов развития за счет определения индексов на основе специально разработанных оценочных шкал, расчет рейтинга в виде порядкового показателя (ранга), отражающего значимость объекта оценки и отнесение объекта оценки к определенному классу или категории
Бенчмаркинговый	Эталонное сопоставление показателей развития с целью принятия мер для приближения к оптимальному состоянию или лучшему образцу на основе полученного передового опыта

Источник: собственная разработка на основе [1].

Система показателей должна:

- учитывать специфику современного этапа развития экономики, опираться на современные методики оценки развития ЦФА, соответствовать требованиям международных и национальных стандартов;
- быть полной, гибкой, открытой, многомерной, комплексной, универсальной;
- обладать логикой построения;
- обеспечивать достоверную, полную и комплексную оценку развития ЦФА, позволять проводить оценку их развития во времени и пространстве;
- учитывать возможность количественной оценки качественных показателей ЦФА;
- позволять проводить оценку развития ЦФА на международном и национальном уровнях.

Анализ методик, разработанных международными организациями, зарубежными и белорусскими учеными и экспертами, интеграция научных подходов современного менеджмента (см. таблицу), применение индексных и комплексных методов оценки позволили разработать методический подход к оценке развития цифровых финансовых активов, основные этапы которого formalizованы посредством авторской концептуальной модели (см. рисунок).



Концептуальная модель оценки развития цифровых финансовых активов

Источник: собственная разработка.

1. Принятие решения о необходимости проведения оценки. На данном этапе определяется цель — проведение оценки развития цифровых финансовых активов для принятия решения о целесообразности инвестирования в них, объект исследования — цифровые финансовые активы, предмет — факторы и показатели развития ЦФА.

2. Определение факторов и показателей развития цифровых финансовых активов. Определяется комплекс взаимосвязанных факторов и показателей, характеризующих конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность ЦФА.

3. Выбор метода и проведение оценки развития цифровых финансовых активов. Агрегирование выбранных на втором этапе системы факторов и показателей позволяет на основе индексного и векторного методов разработать экономико-математическую модель оценки частных и комплексных показателей развития ЦФА. Далее формируется рейтинг ЦФА.

4. Визуализация и анализ результатов оценки развития цифровых финансовых активов. Реализация данного этапа позволяет сделать вывод о конкурентном потенциале и инвестиционной привлекательности ЦФА.

Для визуальной оценки и анализа полученных результатов используется метод «многоугольника конкурентоспособности» и построение матрицы стратегических позиций ЦФА.

5. Разработка рекомендаций и принятие решений по реализации стратегии развития цифровых финансовых активов. На основе полученных результатов разрабатываются рекомендации по совершенствованию стратегии развития ЦФА.

Предложенный методический подход к оценке развития цифровых финансовых активов позволил построить рейтинг и дать оценку инвестиционной привлекательности систем расчетов с использованием электронных денег [2] и криптовалют [3] с целью обоснования управленческих решений по повышению конкурентных преимуществ ЦФА как на национальном, так и на мировом уровнях.

Источники

1. Забродская, К. А. Модели и методическое обеспечение оценки уровня развития инфокоммуникационных услуг в Республике Беларусь : дис. ... к-та экон. наук : 08.00.13 / К. А. Забродская. — Минск, 2015.
2. Милош, Д. В. Системы расчетов с использованием электронных денег в Республике Беларусь / Д. В. Милош, К. А. Забродская // Банк. весн. — 2018. — № 7 (660). — С. 60–68.
3. Милош, Д. В. Оценка инвестиционной привлекательности и совершенствование стратегии развития криптовалют / Д. В. Милош // НИРС БГЭУ : сб. науч. ст. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2019. — Вып. 8. — С. 197–202.

Д. С. Мишакина, А. Г. Федоринчик

Научный руководитель — кандидат психологических наук М. В. Сидорова

САМОРЕАЛИЗАЦИЯ ПОДРОСТКОВ В ПРОЦЕССЕ ОБЩЕНИЯ

Проблема взаимосвязи общения и самореализации является одной из наиболее актуальных в психологии. Самореализацию изучали такие авторы, как Н. П. Авдеев, Л. А. Коростылева, И. В. Кулагина, А. Маслоу, Л. И. Ожигова, Г. Олпорт, Э. Фромм и др. Однако единого подхода в понимании данного феномена в литературе нет. Самореализация подростков предполагает стремление к наиболее полному выявлению, развитию и использованию в деятельности своих возможностей, своих ценностей и интересов. В работе представлены результаты теоретического анализа и эмпирического исследования роли общения в самореализации личности в подростковом возрасте.

Анализ литературы показал, что в настоящее время в науке не выработан единый подход к определению понятия «самореализация». В нашем исследо-

вании мы рассматриваем самореализацию как процесс реализации существующего потенциала, осуществления имеющихся желаний, умений, способностей и их воплощения в определенном виде деятельности [1].

Потребность в самореализации, по Э. Фромму, экзистенциальная потребность — психическое состояние, вечное и неизменное в своей основе, проявляющееся в процессе взаимодействия с другими людьми [2]. В систему социальной самореализации, по мнению Э. Фромма, входят потребность в общении, связях с людьми, потребность в самоутверждении, привязанностях, потребность обладать самосознанием, потребность в системе ценностных ориентаций.

Самореализация подростка, как отмечает Г. Олпорт, предполагает идентификацию себя с другими; открытость опыта и его принятию; стремление проявить себя, разнообразное восприятие жизненный ситуаций; творческий характер активности [3].

Для подросткового возраста характерны потребность в общении, стремление к автономии, а также интенсивное формирование ценностных ориентаций, определяющих становление активной жизненной позиции подростка. А сам процесс самореализации подростка можно охарактеризовать как стремление к наиболее полному выявлению, развитию и использованию в деятельности своих возможностей.

Целью нашего исследования является эмпирическое и теоретическое изучение роли общения в самореализации подростка.

Гипотеза исследования — подростковый возраст характеризуется высоким уровнем самореализации в общении, коммуникативной направленностью: высокой контактностью, гибкостью, признанием ценности общения как необходимого условия реализации ценностных ориентаций.

Для достижения поставленной цели была выбрана методика М. Рокича «Ценностные ориентации», содержащая набор из 18 карточек с обозначением ценностей. Целью данной методики является исследование направленности личности, отношения к окружающему миру, к другим людям, к самой себе, системы убеждений личности о наиболее предпочтительных целях, потребностях и способах их удовлетворения.

Чтобы выявить влияние общения на самореализацию подростка, нами было проведено эмпирическое исследование на базе ГУО «Средняя школа № 11 г. Витебска». В нем принимали участие учащиеся 8-го класса. Общая численность испытуемых составила 57 человек.

Анализ результатов эмпирического исследования показал, что у 55 % учащихся предпочитаемые ценности — высокие затраты, независимость, смелость, свобода, высокие запросы, развлечения, у 33 % — активная деятельность, любовь, материально обеспеченная жизнь, творчество, уверенность в себе, смелость, у 16 % — честность, эффективность в делах, исполнительность, образованность, рационализм, жизненная мудрость. У 59 % учащихся из терминальных ценностей выделяют значимые для них — развлечения, свобода, материально обеспеченная жизнь, у 68 % из инстру-

ментальных ценностей — высокие запросы, независимость, смелость. У 41 % учащихся из терминальных ценностей выделяют незначимые для них — интересная работа, познание, счастье других, у 32 % из инструментальных ценностей — исполнительность, ответственность, рационализм.

На основании проведенного анализа данных можно сделать вывод о том, что большинство учащихся из терминальных ценностей выделяют развлечения, свободу, материально обеспеченную жизнь, из инструментальных — запросы, независимость, смелость. Взаимоотношения с членами семьи, одноклассниками, друзьями вне школы их не только устраивают, но и создают чувство насыщенности жизнью, чувство радости, удовлетворенности. Общение является одним из факторов самореализации подростка, так как эффективное, продуктивное взаимодействие способствует гармоничному развитию личности и иллюстрирует успешность в самореализации и жизнедеятельности.

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы:

1) полное раскрытие способностей, возможностей и потенциала личности возможно только в деятельности. К виду такой деятельности для подростка можно отнести общение, взаимодействие с социумом, близкие контакты с родителями и друзьями. Общение подростка разнообразно, эмоционально насыщено. У подростка проявляется стремление познания окружающего мира, стремление к общению с друзьями, сверстниками родителями и т.д., потребность в дружбе на основе общих интересов и увлечений. Внутренний и внешний мир подростка гармонично развивается, расширяется, принося удовлетворение и реализацию посредством взаимодействия с миром, жизнью, социумом;

2) человек самоопределяется, обнаруживая свои индивидуальные особенности. Данное исследование позволило нам определить ведущую роль общения в самореализации подростка и его значительное влияние на формирование личности. Для изучения общения применяются различные методы диагностики, основными среди которых являются наблюдение, педагогический эксперимент, педагогический тест, опрос.

Полученные результаты могут быть использованы в работе практических психологов, учителей и родителей при решении задач формирования личности. Эти данные также могут содействовать решению проблемы социально-психологической адаптации современной молодежи в новых социальных условиях.

Источники

1. Андриенко, Е. В. Социальная психология : учеб. пособие / Е. В. Андриенко. — М. : Академия, 2005.
2. Хьюлл, Л. Теории личности / Л. Хьюлл, Д. Зиглер. — СПб. : Питер, 2001.
3. Олпорт, Г. Становление личности: Избранные труды / Г. Олпорт. — М. : Смысл, 2006.

E. A. Молявко-Ким

Научный руководитель — кандидат технических наук М. Л. Зенькова

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КАЧЕСТВА ЯБЛОК СВЕЖИХ ПРИ ПРИЕМКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В работе проанализированы требования для товарных сортов яблок свежих поздних сроков созревания. В соответствии с СТБ 2288-2012 «Яблоки свежие поздних сроков созревания. Технические условия» в зависимости от качества яблоки подразделяются на товарные сорта: высший, первый и второй. Качество яблок свежих формируется и изменяется в процессе выращивания, уборки, хранения и реализации. Для проверки качества на соответствие требованиям нормативных документов из разным мест партии яблок свежих создана выборка и сформирована объединенная проба для оценки качества. Проведена оценка качества яблок свежих поздних сроков созревания, районированных в Республике Беларусь, на соответствие товарному сорту, заявленному в сопроводительных документах.

Основным документом контроля качества фруктов являются технические нормативные правовые акты (далее — ТНПА), которые характеризуют качественные признаки продукции с учетом ее принадлежности к помологическому сорту, устанавливают правила ее сортировки и приемки, упаковки, транспортирования, хранения и методы определения качества. Отличительной чертой ТНПА на свежие фрукты являются допуски, которые вызваны особенностями товара, реакцией товара на изменение внешних условий, что значительно влияет на изменение качества в процессе даже кратковременного транспортирования и хранения. Для яблок свежих поздних сроков созревания определяют показатели качества в период заготовок (сентябрь — ноябрь) и после хранения (декабрь — июнь). В зависимости от размеров яблоки поздних сроков созревания делятся на группы:

I группа — крупноплодные сорта (плоды округлой формы: не менее 60...70 мм в зависимости от товарного сорта; плоды овальной формы: не менее 55...65 мм в зависимости от товарного сорта);

II группа — средне- и мелкоплодные (плоды округлой формы не менее 50...60 мм; плоды овальной формы не менее 45...55 мм).

Ко всем фруктам вне зависимости от товарного сорта предъявляют следующие требования: яблоки должны быть целыми, здоровыми, без постороннего запаха и излишней влажности; степень зрелости должна быть съемной (при которой плоды являются вполне развитившимися и оформленвшимися, способными после уборки дозреть и достигнуть потребительской зрелости), выдержать перевозку, погрузку и разгрузку и обеспечить доставку к месту назначения в удовлетворительном состоянии. К незрелым относят яблоки свежие, которые не могут после съема в оптимальных условиях приобрести

свойственные данному помологическому сорту внешний вид и вкус. Одним из наиболее объективных показателей степени зрелости яблок является определение содержания крахмала по йодкрахмальной пробе.

К показателям качества относятся в том числе: наличие плодоножки, степень побурения кожицы (загар), наличие подкожной пятнистости, увядание, степень побурения мякоти. Внешний вид, зрелость плодов, поврежденность внутри плода определяются органолептически, размер, механические и другие повреждения — измерением.

К недопустимым дефектам относятся: загнивание воронки, загнивание сердечка, подкожная пятнистость (горькая ямчатость), Джонатановая пятнистость, побурение сердечка, побурение мякоти, более пяти градобонин, грубые трещины, парша, загрязнения, повреждения вредителями, повреждения болезнями, налив или стекловидность, пухлость, увядание, уродливая форма.

К допустимым дефектам относятся: нажимы, незначительные отклонения формы, слабое побурение кожицы, наличие градобонин, слабая и сильная сетка. Наличие на яблоках механических повреждений и дефектов — нажимов, ушибов, царапин, проколов, градобонин, нарушений воскового налета, а также повреждений вредителями и заболеваниями — приводит к увеличению потерь при хранении товара и сокращению сроков годности. Перед упаковкой яблоки свежие должны быть рассортированы на товарные сорта и откалиброваны. Предназначенные к реализации в Республике Беларусь яблоки свежие поздних сроков созревания должны отвечать требованиям СТБ 2288-2012 «Яблоки свежие поздних сроков созревания. Технические условия».

Оценка качества яблок свежих поздних сроков созревания проводилась на кафедре товароведения продовольственных товаров Белорусского государственного экономического университета. Определение показателей качества яблок свежих осуществлялось в следующем порядке: определение загрязненности, выделение экземпляров с дефектами, механическими повреждениями, микробиологическими заболеваниями и пораженными вредителями. Устанавливалась величина отдельных дефектов, после этого определялась форма, размер, однородность. Выявленные показатели качества товара сравнивались с нормами, заложенными в ТНПА, и определялась степень соответствия продукции тому или иному товарному сорту. Основной проблемой при оценке качества яблок свежих являлось выявление допустимых и недопустимых дефектов, а также идентификация дефектов.

Установлено, что партия яблок соответствует первому товарному сорту по СТБ 2288-2012 «Яблоки свежие поздних сроков созревания. Технические условия», так как имеются экземпляры со сломанной плодоножкой, с легкими нажимами, с зажившими повреждениями кожицы.

При исследовании химического состава установлено, что в яблоках свежих поздних сроков созревания содержание растворимых сухих веществ составляет $13,4 \pm 0,2\%$, содержание органических кислот в пересчете на яблочную кислоту — $0,4 \pm 0,1\%$, содержание витамина С — $2,7 \pm 0,5$ мг/100 г, пектиновых веществ — $0,17 \pm 0,05\%$, содержание клетчатки — $1,1 \pm 0,1\%$.

Яблоки употребляются в пищу как в свежем, так и в переработанном виде и являются источниками легко усвояемых углеводов и органических кислот. Особое значение имеет содержание в яблоках клетчатки и пектиновых веществ, которые в питании играют роль балластных веществ.

B. Г. Мороз

Научный руководитель — кандидат исторических наук Г. П. Бушник

ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОЕКТЫ БЕЛГАЗПРОМБАНКА ПО РАЗВИТИЮ БЕЛОРУССКОЙ КУЛЬТУРЫ

Статья посвящена деятельности Белгазпромбанка, направленной на поддержку развития белорусской культуры. Предметом исследования стало изучение проектов Белгазпромбанка «Арт-Беларусь», «Площадь Цадкина», «Ок16». Цель научной статьи — проанализировать деятельность ОАО «Белгазпромбанк» по возвращению культурных ценностей Беларуси на Родину, показать результат этой деятельности, вклад в развитие белорусской культуры. Для написания статьи автором были изучены опубликованные материалы, использованы материалы личной беседы с куратором проекта «Арт-Беларусь» А. А. Зименко. При подготовке текста автор лично познакомился с художественной коллекцией Белгазпромбанка и арт-объектами, о которых написано в научной статье.

Одним из главных историко-культурологических проектов ОАО «Белгазпромбанк» является проект «Арт-Беларусь». Цель проекта — развитие на основе образовательных программ творческого мышления и инициативы деятелей культуры, продвижение их творчества внутри страны и за рубежом. В ходе реализации проекта его кураторы стремились показать менее известные на Родине страницы истории изобразительного искусства Беларуси во всей полноте и целостности. Проект «Арт-Беларусь» направлен на систематизированное публичное представление эволюции форм искусства, развивавшихся в русле мирового культурного процесса на территории Беларуси в течение последней тысячи лет. В рамках проекта на территорию Беларуси было возвращено более 100 произведений искусства [1].

В 2011 г. банк стал собирать корпоративную коллекцию произведений художников Парижской школы — выходцев из Беларуси. Сейчас Белгазпромбанк владеет полотнами Шагала, Сутина, Бакста, Кременя, Кикоина, Любича, Цадкина, Царфина и других наших знаменитых земляков [2]. Среди наиболее ценных экспонатов — произведения М. Шагала: «Часы на пылающем небе» (куплена за 605 тыс. дол.), «Лунатик» (341 тыс. дол.), «Зеленый пейзаж» (137 тыс. дол.). В коллекции имеются картины Х. Сутина «Ева» (1,8 млн дол.), «Уснувшая читательница, Мадлен Кастен» (359 фунтов стерлингов) [3]. Корпоративная коллекция Белгазпромбанка признана самым крупным собрани-

ем работ экспрессионистов Парижской школы не только в Беларуси, но и в Восточной и Центральной Европе [4].

Коллекция Белгазпромбанка пополнилась также такими цennыми для Беларуси артефактами, как «Малая подорожная книжица» Франциска Скорины, «Жезл правления» Симеона Полоцкого и многими другими. В 2018 г. в коллекции появились полотна И. Олешкевича, Я. Балглея, С. Сорина и других художников [3]. Стоимость корпоративной коллекции Белгазпромбанка составляет несколько десятков миллионов долларов [4], 35 экспонатов этого собрания включены в государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь [1]. Все экспонаты коллекции размещены в галерее по адресу: г. Минск, ул. Козлова, 3, находятся в свободном доступе. Также с ними можно ознакомиться на официальном сайте проекта «Арт-Беларусь» [4]. Всего в рамках проекта «Арт-Беларусь» было проведено 12 масштабных художественных выставок в Минске, Гомеле, Витебске, Бресте, Гродно, Риге, Вильнюсе и даже Париже, которые в общей сложности посетили более 200 тыс. человек [2].

В продолжение идеи возвращения на Родину произведений искусства уроженцев Беларуси был реализован проект Белгазпромбанка «Площадь Цадкина». В 2016 г. в Нью-Йорке на аукционе Christie's было приобретено 3 скульптуры Осипа Цадкина. В настоящее время самая маленькая из них «Поллукс» находится в экспозиции, которая представлена во Дворце Искусств г. Минска, а две другие изначально планировалось установить в общественно доступной среде. Сегодня в Минске на улице Притыцкого, 60/2 возле главного офиса Белгазпромбанка установлена работа скульптора О. Цадкина «Навигатор» или «Носитель даров» (она имеет несколько авторских названий). Точно такая же скульптура установлена во Франции на набережной реки Сены. Таким образом, данный проект — это своеобразный «мостик» между Минском и Парижем. Стоит отметить, что при жизни мастера было отлито 8 таких скульптур и автор сам контролировал процесс их изготовления.

На протяжении многих лет Белгазпромбанк реализует проекты в сфере корпоративной социальной ответственности. Со временем было принято решение их консолидировать. Возникла идея собрать под одной крышей такие проекты, как фестиваль «TEAPT», «Арт-Минск» и «Осенний салон с Белгазпромбанком», создать собственную галерею для проекта «Арт-Беларусь», дать сцену современной драме.

Было принято решение приобрести здание Минского станкостроительного завода имени Октябрьской революции по адресу ул. Октябрьская, 16. Помещение является довоенным, завод начал свою работу еще в начале 20-х гг. XX в. Стоит отметить, что фасад завода сохранился отлично, но внутри здание находилось в ужасном состоянии и банком была проведена масштабная работа по восстановлению облика индустриального прошлого. Вопреки опасениям многих людей в отношении того, что банк собирается снести данный исторический и культурный объект и построить на его месте свой

офис, вот уже на протяжении двух лет «Ок16» стала привлекательным культурным местом и полностью сохранила и даже улучшила облик индустриального прошлого. Интересен тот факт, что на улице Октябрьской проводились съемки художественного фильма «Стиляги» (улица играла роль заводской Москвы).

В итоге следует отметить, что банки — это одни из немногих организаций, которые обладают достаточными финансовыми средствами, чтобы сохранять достижения и способствовать развитию культуры Беларуси. Белгазпромбанк достиг значительных результатов в этом направлении, он может служить отличным примером для других финансовых организаций. Деятельность Белгазпромбанка выходит за рамки обычного получения прибыли и служит поддержанию и развитию национального самосознания и белорусской культуры в целом.

Источники

1. Корпоративная коллекция Белгазпромбанка [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративная_коллекция_Белгазпромбанка/. — Дата доступа: 18.05.2019.

2. Белгазпромбанк продолжит проекты по возвращению культурного наследия Беларуси [Электронный ресурс] // БЕЛТА. — Режим доступа: <https://www.belita.by/culture/view/belgazprombank-prodolzhit-proekty-po-vozvrascheniju-kulturnogo-nasledija-belarusi-67787-2013>. — Дата доступа: 17.05.2019.

3. Белгазпромбанк признан «Меценатом культуры Беларуси» по итогам 2018 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт ОАО «Белгазпромбанк». — Режим доступа: [https://belgazprombank.priznan-metsenatom-kultury-belarusi-po-itogam-2018-goda/](https://belgazprombank.by/about/press_centr/novosti_banka/2019/belgazprombank-priznan-metsenatom-kultury-belarusi-po-itogam-2018-goda/). — Дата доступа: 17.05.2019.

4. Официальный сайт проекта «Арт-Беларусь» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://artbelarus.by>. — Дата доступа: 26.03.2019.

T. H. Муштенко

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Ежель

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «РЕНЕССАНС МИНСК ОТЕЛЬ»)

В работе выявлены и рассмотрены возможности эффективного использования сети Интернет как инструмента продвижения предприятий индустрии гостеприимства и их услуг. Предложены и обоснованы мероприятия по совершенствованию комплекса маркетинговых коммуникаций на примере гостиницы «Ренессанс Минск Отель».

За последнее десятилетие Интернет превратился в один из самых эффективных инструментов маркетинговых коммуникаций во всех сферах, в том числе и в туристической индустрии. Интернет-маркетинг («комплекс методов и приемов продвижения товаров и услуг, а также привлечения и удержания клиентов в сети Интернет» [1, с. 19]), обладая определенными преимуществами (персонализация, таргетинг, работа 24/7 и мгновенная реакция потребителей) и предлагая большое количество каналов привлечения, позволяет компаниям завоевывать доверие клиентов и привлекать новых покупателей быстрее и качественнее, чем традиционный маркетинг.

В Республике Беларусь доля расходов на интернет-рекламу по итогам 2018 г. достигла 34,7 % и составила 39 млн евро [2]. Это говорит о необходимости применения предприятиями индустрии гостеприимства инструментов интернет-маркетинга, которые смогут обеспечить конкурентные преимущества, стабильное положение на мировом рынке и расширение границ их деятельности.

«Ренессанс Минск Отель» — гостиница формата full-service мирового бренда Marriott International, которая в течение 5 лет успешно осуществляет экономическую деятельность, имеет стабильный ежегодный прирост загрузки и доход от основной (продажа номерного фонда и услуг общественного питания) и дополнительной деятельности (услуги спа-центра, фитнес-клуба). Во многом этому способствуют маркетинговые коммуникации гостиницы.

«Ренессанс Минск Отель» продвигает комплексный подход в разработке маркетинговой стратегии, использует как традиционные, так и современные инструменты коммуникаций, направленные на различные категории потенциальных и уже существующих потребителей. Гостиница активно продвигает свои услуги с помощью СМИ (в журналах, на телевидении и радио), сотрудничает со многими рекламными агентствами. Неотъемлемой частью маркетинговой стратегии гостиницы является ее программа лояльности Marriott Bonvoy, с помощью которой она ежегодно привлекает все большее количество гостей. Веб-сайт гостиницы, социальные сети, email-рассылка и реклама на популярных онлайн-порталах помогают предприятию оставаться конкурентоспособным, идти в ногу со временем и всегда быть на связи со своими гостями.

Тем не менее в ходе анализа маркетинговых коммуникаций «Ренессанс Минск Отель» в Интернете были выявлены некоторые слабые стороны в маркетинговой деятельности отеля. Во-первых, веб-сайт гостиницы требует доработки. Поскольку он является частью официального сайта сети гостиниц Marriott, оригинальный язык сайта — английский, что влечет за собой определенные неточности в переводе его на другие языки, включая русский.

Во-вторых, гостиница недостаточно внимания уделяет социальным сетям. Активность пользователей в аккаунтах отеля остается низкой на протяжении долгого периода, что связано в первую очередь с отсутствием проработанного контент-плана, нерегулярностью обновления информации на страницах и дублированием публикаций во всех социальных сетях. Помимо про-

чего, отель концентрирует внимание только на аккаунтах в двух социальных сетях (Instagram и Facebook), в то время как более эффективным будет равная активность во всех аккаунтах, в том числе предоставление пользователям видеоконтента на канале YouTube.

В-третьих, нерегулярная онлайн-реклама приводит к низкой посещаемости веб-сайта гостиницы и его положении в поисковой выдаче. Поскольку маркетинговые кампании в Интернете проводятся не на постоянной основе, сайт отеля не пользуется большой популярностью, что влияет на количество и объем прямых продаж, так как пользователи предпочитают бронировать номера через другие сервисы.

С учетом особенностей маркетинговой деятельности отеля можно сделать вывод о резервах и возможностях его эффективного развития и поддержания высокого уровня конкурентоспособности на рынке. Основными мероприятиями, рекомендованными для совершенствования комплекса маркетинговых коммуникаций «Ренессанс Минск Отель» в Интернете, являются следующие:

1) внедрение новой необычной услуги — Instagram-гигида. Для реализации данного мероприятия гостинице необходимо нанять фотографа-гигида, который сможет не только делать красивые фотографии, но и рассказывать гостям интересные факты о городе или гостинице во время «фото-прогулки», а также разработать несколько вариантов программы и рекламную листовку;

2) модернизация веб-сайта гостиницы. Отелю целесообразно пересмотреть систему перевода контента сайта. Кроме того, следует добавить на сайт более подробную информацию, касающуюся проведения мероприятий в отеле (например, воскресных бранчей) и предоставления дополнительных услуг (СПА-центра, фитнес клуба); например, прайс-листы, время и место проведения;

3) продвижение гостиницы в социальных сетях и создание блога на ее сайте. Наиболее важной задачей является создание контент-плана как минимум на месяц, что поможет разнообразить публикации, сделав их интересными для разных типов подписчиков. Для этого гостинице необходимо нанять SMM-специалиста, который сможет грамотно подобрать контент для соцсетей, а также разработать «пакет контента» — набор готовых к публикации материалов. Результатом тщательной подготовки контента может стать увеличение показателя вовлеченности (от англ. Engagement Rate) в соцсетях;

4) продвижение веб-сайта отеля с помощью контекстной рекламы. Предполагает проведение рекламной кампании в Интернете с помощью таких инструментов, как Яндекс.Директ и Google.Ads;

5) адаптация веб-сайта для мобильных устройств.

Рассчитанный нами ROI — показатель окупаемости инвестиций (учитывались затраты на разработку и внедрение инструментов интернет-маркетинга по четвертому и пятому мероприятиям) составил 3,5 или 350 %. Это говорит об оправданности и эффективности проведения мероприятий,

а также дальнейшего применения и других инструментов в сфере интернет-технологий.

Также отелю стоит уделять внимание продвижению своего мобильного приложения Marriott Bonvoy, в том числе обеспечить наличие русскоязычной версии; размещать рекламу гостиницы в онлайн-журналах и обеспечить качественную email-рассылку для своих гостей.

Таким образом, исходя из положительных результатов экономической деятельности «Ренессанс Минск Отель», делаем вывод, что маркетинговые коммуникации осуществляются на достаточно высоком уровне. Однако грамотный системный подход к реализации разработанных мероприятий по улучшению маркетинговой деятельности обеспечит рост узнаваемости бренда в Минске в сети Интернет, повышение лояльности со стороны реальных и потенциальных гостей, рост продаж (в том числе через веб-сайт), повышение конкурентоспособности гостиницы на рынке гостиничных услуг. Более того, при ответственном подходе к разработке и реализации рассмотренных мероприятий представится возможность выйти на новый уровень доверия со стороны гостей и эффективного взаимодействия с ними.

Источники

1. Капустина, Л. М. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети / Л. М. Капустина, И. Д. Мосунов. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. — 102 с.

2. Итоги и перспективы развития Интернет-рынка Беларусь: доля контекстной рекламы значительно вырастет [Электронный ресурс] // Рейтинг Байнета. — Режим доступа: <https://ratingbynet.by/itogi-i-perspektivy-razvitiya-internet-rynka-belorussi-dolya-kontekstnoy-reklamy-znachitelno-vyrastet/>. — Дата доступа: 07.10.2019.

А. Д. Некрасов

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. С. Романова

ПОВЫШЕНИЕ ПРИБЫЛИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена прибыли как важнейшему показателю деятельности промышленного предприятия. В рамках статьи рассматривается подход к ее повышению, посредством разработки и реализации комплекса мероприятий, обосновывается их эффективность, свидетельствующая о значимости повышения прибыли как фактора устойчивого развития предприятия и его успешного функционирования в современных условиях.

В современных условиях прибыль является главным критерием эффективности деятельности промышленного предприятия, необходимым условием

ем его успешного функционирования. Повышение прибыли в свою очередь является одним из главных приоритетов при разработке и принятии управленческих решений, направленных на дальнейшее развитие всех сфер деятельности предприятия.

Как правило, к основным источникам повышения прибыли промышленного предприятия относятся [1, с. 564]:

- повышение объемов производства и реализации конкурентоспособной продукции;
- снижение себестоимости продукции;
- разработка эффективной ценовой и ассортиментной политики;
- рациональное использование всех имеющихся ресурсов.

Освоение данных источников осуществляется посредством разработки и реализации различных мероприятий, охватывающих все направления деятельности предприятия. Для достижения максимального эффекта, важным является оценить как можно большее количество возможных вариантов. Из всех альтернатив составить комплекс, включающий мероприятия, реализация которых позволит решить как можно большее число проблем, обеспечив максимальное повышение прибыли не в одном отдельно взятом периоде, а постоянно и непрерывно.

Решению данной задачи применительно к промышленному предприятию, осуществляющему свою деятельность в Республике Беларусь — ОАО «ТАиМ» (г. Бобруйск), и посвящено настоящее исследование. Данное предприятие осуществляет производство пневмотормозных аппаратов и тормозных механизмов для грузовых автомобилей, автобусов, сельскохозяйственной и прицепной техники для более чем 40 предприятий республики и зарубежных стран (Россия, Украина, Молдавия, Литва и др.).

Прибыль предприятия (до налогообложения) в течение трех последних лет имела положительную динамику и в 2018 г. достигла своего максимального значения в 2228 тыс. руб. (уровень рентабельности продукции — 8,3 %). Вместе с тем анализ данного показателя позволил выявить основные факты, негативно отразившиеся на его динамике, и тем самым определить базовые направления повышения прибыли общества: снижение себестоимости продукции, уровня коммерческих и управленческих расходов, а также повышение доходов от инвестиционной и финансовой деятельности.

Для решения данных проблем было рассмотрено множество возможных мероприятий, однако ввиду ограниченности ресурсов было решено реализовать комплекс, позволяющий достичь максимального повышения прибыли, решив как можно большее число проблем.

Для реализации были выбраны следующие мероприятия:

1. *Модернизация участка изготовления колодок.* Несмотря на широкую номенклатуру выпускаемой продукции, выбор данного участка был обусловлен следующими причинами: тормозные колодки являются одним из флагманских видов продукции ОАО «ТАиМ»; большая часть оборудования, ис-

пользуемого в процессе изготовления колодок, имеет срок службы свыше 20 лет, что приводит к потерям сырья и материалов, внеплановым затратам на ремонт и обслуживание, к низкой производительности труда производственных рабочих; на тормозные колодки как на отдельный вид продукции, так и в составе тормозных механизмов, приходится более трети всего объема реализованной продукции.

В рамках модернизации предложено заменить оборудование, используемое на основных стадиях процесса изготовления тормозных колодок. При этом в проекте были рассмотрены варианты как комплексной модернизации, так и единичной замены оборудования, задействованного на разных стадиях изготовления колодки. Оценка эффективности показала, что приобретение предложенных единиц оборудования позволяет повысить прибыль от реализации колодки на 5–12 %, однако ввиду значительной разницы в сроках окупаемости с целью ее компенсации, а также ввиду достаточности денежных средств наиболее предпочтительным является вариант проведения комплексной модернизации.

Так, реализация проекта по расчетным данным обеспечит снижение себестоимости производства тормозной колодки на 2 % — 0,65 руб. (с 33,24 до 32,59 руб. после проведения модернизации) за счет: лучшего использования листового проката, снижения затрат электроэнергии, сокращения затрат на оплату труда. В то же время обеспечится рост производительности труда и повышение конкурентоспособности тормозной колодки ОАО «ТАИМ». Реализация данного проекта потребует существенных инвестиционных вложений (997,55 тыс. руб.), которые по расчетам окупятся через 5,07 лет (ВНД составляет 18 %, ИР — 1,57).

2. *Реализация имеющегося и оставшегося после модернизации неиспользуемого оборудования.* Данное мероприятие позволит получить 126,57 тыс. руб. дополнительного дохода.

3. *Реинжиниринг процесса сбыта продукции посредством реорганизации отдела сбыта и совершенствования информационной системы.* Проведение реинжиниринга позволит повысить эффективность процесса сбыта продукции за счет роста числа потенциальных клиентов и повышения уровня их конвертации в реальных, результатом чего станет увеличение заключенных договоров. Это по расчетным данным отразится на росте объемов реализации продукции на 2,32 %. Затраты на проведение реинжиниринга были оценены в 30 тыс. руб., срок их окупаемости — 2,4 года.

4. В качестве альтернативного источника повышения прибыли было предложено *реинвестировать часть свободных денежных средств в корпоративные облигации СООО «Белвингрупп»* с ежеквартальной выплатой купонного дохода исходя из ставки в 15 % годовых, что позволит получить ежеквартальный доход в размере 7,5 тыс. руб.

Результаты проведения комплекса предложенных мероприятий представлены в таблице.

Результаты проведения комплекса мероприятий повышения прибыли

Мероприятие	Фактор прироста прибыли	Достигаемый эффект
Модернизация участка изготовления колодок	Снижение себестоимости продукции	Прирост прибыли от реализации на 196,48 тыс. руб.
Реинжиниринг процесса сбыта продукции	Повышение объемов реализации продукции	Прирост прибыли от реализации продукции на 153,86 тыс. руб.
Реализация неиспользуемого оборудования	Повышение прибыли от инвестиционной и финансовой деятельности	Прирост прибыли от инвестиционной и финансовой деятельности на 89,65 тыс. руб.
Вложение в облигации СООО «Белвингрупп»	Повышение прибыли от инвестиционной и финансовой деятельности	Прирост прибыли от инвестиционной и финансовой деятельности на 18,8 тыс. руб.
Итого прирост прибыли до налогообложения		458 тыс. руб.

Как видно из таблицы, в результате внедрения предложенных мероприятий ОАО «ТАиМ» имеет реальную возможность повысить прибыль на 458 тыс. руб. (20,56 % к уровню 2018 г.), что говорит об эффективности разработанного комплекса мероприятий.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что поиск источников повышения прибыли и их реализация являются обязательной частью деятельности предприятия для обеспечения условий для его дальнейшего развития и успешного функционирования.

Источники

1. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г. В. Савицкая. — 7-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 608 с.
2. Теплова, Т. В. Инвестиции. Теория и практика : учеб. для бакалавров / Т. В. Теплова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Юрайт, 2016. — 782 с.

O. B. Низамова

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. Ф. Горбач

МЕХАНИЗМ ВОЗВРАТА НДС ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК: ОПЫТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассматривается механизм возврата НДС при осуществлении транспортными организациями международной деятельности в сфере экспорт-

ных услуг. Дается сравнительная характеристика методики возврата НДС в Российской Федерации и Республике Беларусь.

В настоящее время как в Российской Федерации, так и в Республике Беларусь, осуществляется активная экспортная политика, так как выгода очевидна — поступление валютных денежных средств в страну. Налоговыми кодексами обоих стран предусмотрено применение нулевой ставки налога на добавленную стоимость (далее — НДС) при экспорте товаров, работ, услуг. Однако для того чтобы воспользоваться такой налоговой льготой, необходимо предоставить определенный пакет документов строго в отведенные сроки для подтверждения операций экспорта. Вопрос возврата НДС очень важный и принципиальный для налогоплательщиков, но и болезненный для бюджета. «Замораживание» денежных средств для некоторых предприятий является просто катастрофическим.

Рассмотрим процедуру возврата НДС транспортными компаниями, занимающимися международными грузоперевозками, которые для стабильной работы должны не только постоянно обновлять свой автопарк, неся немалые капитальные затраты, но и производить практически ежедневные затраты по оплате топлива, расчетам с персоналом по оплате труда, ремонту автотранспорта и т.д. Для таких субъектов хозяйствования сроки возврата налогов играют очень большую роль.

В Республике Беларусь налогоплательщикам предоставлена возможность выбора отчетного периода по начислению и уплате НДС: месяц или квартал. С 2019 г. отменен реестр международных товаросопроводительных документов, который ранее должен был предоставляться вместе с налоговой декларацией. В настоящее время вся информация, которая ранее содержалась в реестре, отражается в электронном счете-фактуре по НДС. Механизм выставления электронного счета-фактуры введен в действие с 2018 г. и на наш взгляд является грамотным нововведением, так как позволяет государственным органам четко контролировать каждый возврат денежных средств из бюджета. После предоставления в налоговый орган декларации по НДС налогоплательщик пишет заявление о возврате разницы между суммой налоговых вычетов и общей суммой НДС, исчисленной по реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав. После проведения камеральной проверки, основанной на выставленных электронных счетах-фактурах, в течение пяти дней налоговый орган выносит решение о возврате налога и по истечении месяца готовит документы в казначейство на возврат заявленной суммы налога налогоплательщику. Казначейство в свою очередь четко в течение пяти дней осуществляет перечисление денежных средств на расчетный счет заявителя [1].

В Республике Беларусь существует и «ускоренный» возврат сумм НДС, который применяется в отношении двух категорий плательщиков: плательщики со статусом «Лучший плательщик налогов, сборов» и предприятия, реализующие на экспорт нефтепродукты (срок — по истечении пятнадцати

дней с даты подачи заявления без обязательности проведения налоговой проверки).

Также следует обратить внимание на один существенный момент: к экспортируемым транспортным услугам, облагаемым НДС по ставке в размере ноль (0) процентов, относятся услуги транспортной экспедиции, услуги по перемещению грузов, пассажиров и багажа автомобильным, воздушным, железнодорожным, морским, речным и другими видами транспорта (комбинацией этих видов транспорта), грузобагажа железнодорожным транспортом за пределы либо за пределами Республики Беларусь, из-за ее пределов, а также транзитом через территорию Республики Беларусь, включая частичное оказание этих услуг на ее территории.

В Российской Федерации дело с возвратом НДС из бюджета обстоит намного сложнее [2].

Во-первых, международными признаются перевозки, при которых пункт отправления или пункт назначения расположен за пределами Российской Федерации. Соответственно если российский грузоперевозчик осуществляет перевозку за пределами Российской Федерации, то такая выручка у него будет облагаться по ставке «Без НДС» и вернуть НДС по такой перевозке он не сможет.

Во-вторых, Налоговым кодексом Российской Федерации предусмотрен только один отчетный период — квартал. Вместе с подачей налоговой декларации налогоплательщик должен предоставить в налоговую инспекцию копии CMR, подтверждающих нулевую ставку. Затем налоговый орган начинает проводить камеральную проверку, выставляя требование на предоставление документов, касающихся всей деятельности предприятия, таких как путевые листы, авансовые отчеты, все приходные документы, по которым НДС заявляется к вычету, все счета-фактуры по НДС, акты выполненных работ (выручка), водительские карточки, инвентарные карточки, штатное расписание, все договоры, инвентарные карточки, ведомости списания материалов, копии журналов въезда и выезда автомобилей, анализы счетов, главную книгу.

Следует отметить, что данный перечень документов запрашивается каждый квартал, вне зависимости от того, что ранее уже проводились камеральные проверки и предоставлялись все вышеперечисленные документы.

В качестве еще одного важного момента в вопросах учета НДС нужно выделить следующий: при предоставлении уточнений по исчислению налога срок камеральной проверки сдвигается и начинает исчисляться с даты подачи уточненной декларации. Кроме того, вместе с декларацией необходимо подать книгу покупок и книгу продаж. Камеральная проверка длится два месяца. Налог должен быть возвращен налогоплательщику не позднее чем на двенадцатый рабочий день с момента завершения камеральной проверки при условии, что заявление о возврате он представил к моменту вынесения инспекцией решения о возмещении. Если заявление о возврате до вынесения решения о возмещении подать не успели, инспекция обязана возвратить налог в те-

чение одного месяца со дня получения заявления о возврате. Вывод — возврат НДС предприятие может ждать шесть месяцев. Но и здесь существует «ускоренная» процедура возврата. Если налог возмещать из бюджета в заявительном порядке путем предоставления банковской гарантии, то вернуть НДС обязаны в течение одиннадцати рабочих дней со дня подачи заявления о применении такового.

Таким образом, разница в возврате НДС в Республике Беларусь и Российской Федерации очень существенная. На наш взгляд, белорусский опыт в этом вопросе является показательным и позволяет избежать лишних затрат времени на проведение проверок, что позволяет субъектам хозяйствования не «замораживать» на длительный срок денежные ресурсы.

Источники

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 29 дек. 2009 г., № 71-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г., № 159-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : в ред. от 25.12.2018 г. : с изм., вступившими в силу с 01.01.2019 г. // ИКЦ «Системы и технологии». — Режим доступа: http://kodeks.systecs.ru/nk_rf. — Дата доступа: 04.10.2019.

И. Н. Ольшевская, С. А. Тарасова

Научный руководитель — кандидат экономических наук В. И. Тележников

ВАРИАТИВНОСТЬ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

В работе представлено исследование значимости основных мотивационных факторов (материальной обеспеченности, статуса, власти, самовыражения, условий труда) по половому и возрастному критериям, уровню благосостояния.

Мотивация — целенаправленное формирование мотивов человека или группы, побуждающих их к более эффективной работе для достижения целей организации. Она является одним из основных средств обеспечения оптимального использования ресурсов и мобилизации имеющегося кадрового потенциала в организации [1, 2].

В процессе исследования нами были выделены четыре группы мотивирующих факторов: деньги; уважение и статус в организации; власть; самовыражение и саморазвитие; комфортные условия труда и отношения [3, 4].

Воздействие мотивационных факторов не статично и зависит от пола, возраста и уровня благосостояния человека [5].

В исследовании приняли участие 182 респондента, в том числе 99 женщин и 83 мужчины. Возрастной диапазон опрошенных 18–76 лет.

В процессе исследования применялся метод априорного ранжирования [6], где наиболее сильный фактор получал 1 ранг, а наиболее слабый 5 ранг. Дополнительно в опроснике содержался открытый вопрос, где респонденты могли указать свои дополнения.

Ранги факторов по полу представлены в табл. 1.

Таблица 1

Значимость факторов мотивации по полу

Фактор	Значимость факторов (ранг)		
	средний ранг	для женщин	для мужчин
Деньги	1	4	1
Уважение и статус в организации	2	2	2
Комфортные условия труда и отношения	3	1	4
Власть	4	5	3
Самовыражение и саморазвитие	5	3	5

Для мужчин и женщин влияние факторов оказалось различно. Мужчин в большей степени мотивируют деньги и материальная составляющая, статус и власть, в меньшей — условия труда и возможность самовыражения. Женщинам больше импонируют комфортные условия труда и психологический климат в коллективе, в меньшей — властные полномочия. Во многом данная дифференциация объясняется исторически: по устоявшимся традициям мужчина считается «добытчиком», а женщина — «хранительницей очага».

Результаты исследования влияния на факторы мотивации уровня благосостояния представлены в табл. 2.

Таблица 2

Зависимость мотивирующих факторов от доходов в семье

Фактор	Доходы на одного члена семьи			
	до 200 руб.	200–300 руб.	300–450 руб.	свыше 450 руб.
Деньги	1	1	1	2
Статус	2	2	2	1
Власть	4	3	4	4
Самовыражение	3	4	5	5
Условия труда	2	3	3	3

Проведенное исследование позволило сделать выводы о том, что лица с доходами до 450 руб. в первую очередь мотивируют деньги, а свыше — ста-

тус. На ранги остальных факторов уровень доходов не оказывает существенного влияния. Причем самовыражение оказалось более важным для лиц с доходами до 300 руб., чем для людей более обеспеченных.

По возрастному критерию ранги факторов представлены в табл. 3.

Таблица 3

Значимость мотивирующих факторов по возрастному критерию

Фактор	Возраст																	
	18–24	25–29	30–44	45–54	55–64	>65	18–24	25–29	30–44	45–54	55–64	>65	18–24	25–29	30–44	45–54	55–64	>65
	Средний ранг						Женщины						Мужчины					
Деньги	1	1	2	1	2	5	1	4	3	4	1	3	1	1	2	1	3	5
Статус	3	2	1	2	1	3	5	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	4
Власть	5	5	4	3	4	2	4	5	5	5	4	5	4	3	1	3	1	2
Самовыражение	4	3	5	4	5	4	3	1	4	2	3	4	4	5	4	4	5	3
Условия труда	2	4	3	5	3	1	2	2	1	3	2	1	3	4	3	5	4	1

Для пола и каждого возраста характерна своя предрасположенность, но присутствует и вариативность. Если для мужчин на протяжении жизни факторы почти не изменяются, то у женщин наблюдается четкая связь с жизненными обстоятельствами (брак, рождение детей и т.п.).

В начале трудовой деятельности 18–24 года сотрудников в большей степени волнуют материальная обеспеченность и комфортные условия труда, так как большинство из них получают свой первый опыт работы, проходят первичную адаптацию и находятся в поисках своей сферы деятельности.

В диапазоне 25–29 лет период профессионального становления. Люди становятся независимыми от родителей и проявляется желание брать на себя ответственность. Поскольку в данный период обычно создаются семьи и проявляется желание к получению более высокой заработной платы и к признанию своих достоинств.

Для 30–45 лет характерны достижение высокой квалификации, накопление опыта, карьерный рост. Растет потребность в самоутверждении и статусе. Деньги нужны для содержания семьи.

Как правило, в 45–54 лет формируется максимальный объем знаний и пик квалификации. Работника интересует достойный уровень оплаты труда и признание его заслуг.

В 55–64 года деньги перестают играть решающую мотивирующую роль, а на первый план выходит статус и возрастает стремление к самовыражению.

После 65 лет профессиональная деятельность, как правило, завершается. В большей степени начинают волновать комфортные условия труда и власть, а в меньшей — материальная составляющая.

Влияние того либо иного мотивирующего фактора индивидуально, так как зависит от тех реальных условий, в которых в данный момент находится человек. Однако проведенное исследование позволило выявить некоторые общие тенденции. Наиболее значимыми мотивирующими факторами выступают заработка плата, признание заслуг, хорошие отношения в коллективе и комфортные условия труда. Большая часть респондентов готова отказаться от возможности самовыражения ради более высокой заработной платы.

Результаты исследования дают основания для следующих выводов: гендерный и возрастной аспекты оказывают сильное влияние на преобладающий тип мотивации персонала; влияние уровня благосостояния является менее значительным; сила мотивов, их устойчивость и структура являются уникальными и по-разному действуют на поведение человека.

Источники

1. Тележников, В. И. Менеджмент : учебник / В. И. Тележников. — Минск : БГЭУ, 2016. — 508 с.
2. Агафонова, М. С. Мотивация деятельности в менеджменте / М. С. Агафонова, И. Н. Свиридова // Соврем. научно-исследовательские технологии. — 2014. — № 7-2. — С. 135.
3. Баженов, С. В Мотивация и стимулирование трудовой деятельности [Электронный ресурс] / С. В. Баженов // Науковедение : интернет-журн. — 2015. — № 4. — Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/06EVN415.pdf>. — Дата доступа: 10.05.2019.
4. Минченко, Л. В. Особенности мотивации персонала на промышленных предприятиях / Л. В. Минченко, И. В. Помников // Науч. журн. НИУ ИТМО. — 2014. — № 1. — 8 с.
5. Малый, Д. Н. Мотивирование персонала предприятия в современных условиях хозяйствования / Д. Н. Малый // Инновац. наука. — 2016. — № 5. — С. 125–128.
6. Тарасов, Р. В. Оценка значимости факторов методом априорного ранжирования [Электронный ресурс] / Р. В. Тарасов, Л. В. Макарова, К. М. Бахтулова // Современные научные исследования и инновации : электрон. науч.-практ. журн. — 2014. — № 4. — Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2014/04/33181>. — Дата доступа: 25.03.2019.

И. С. Павлова

Научный руководитель — магистр экономических наук С. В. Дирко

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье изучены практические примеры использования мобильных приложений в сфере транспорта и логистики, обобщен накопленный опыт решения или конкретных логистических задач. Сформулированы преимущества внедрения

мобильных приложений в транспортно-логистическую деятельность компаний. Приведен краткий обзор представленных на рынке Республики Беларусь логистических мобильных приложений и их функциональных возможностей.

Современный этап развития ИТ характеризуется активным распространением широкополосного доступа к сети Интернет и мобильных устройств. Согласно исследованиям аналитических компаний Hootsuite и We Are Social, проведенным в январе 2018 г., сегодня около 68 % жителей планеты, а это более 5 млрд человек, используют смартфоны и планшеты [1]. В то же время 53 % населения Земли (более 4 млрд человек) являются активными пользователями Интернета (см. рисунок).



Статистика по количеству интернет-пользователей, мобильных абонентов и пользователей соцсетей

Повсеместное использование мобильных устройств повлекло за собой их внедрение в различные бизнес-процессы, в том числе в сферу транспорта и логистики. Специализированные мобильные приложения позволяют упростить и оптимизировать взаимодействие каждого из звеньев цепи поставок, повысить мобильность, конкурентоспособность и общую производительность компаний.

Мобильные приложения позволяют решать широкий спектр задач в сфере логистики и транспортировки грузов: повышение уровня сервиса компаний; оптимизация и контроль работы водителей; организация эффективной работы с документами; учет поврежденных контейнеров, грузов и другие [2].

В зависимости от реализуемой стратегии монетизации на рынке представлены несколько типов приложений для транспортных компаний и их заказчиков: бесплатные для поставщиков услуг; с комиссионным процентом от стоимости отправления или с ежемесячной/ежегодной подпиской — для заказчиков.

По реализуемому функционалу используемые логистические мобильные приложения можно разделить на следующие типы:

- приложения для компаний — перевозчиков грузов;

- корпоративные приложения для организации процессов внутри компании-перевозчика;
- приложения для грузового брокера;
- приложения для организации складской логистики.

В настоящее время наибольшее распространение получили мобильные приложения первого и третьего типов. Во многом это обусловлено осуществлением «урбанизации грузовых автомобилей». Многие перевозчики и брокеры создают собственные мобильные программные решения, что приводит к появлению синергетических партнерских отношений с традиционными грузовыми брокерами, производителями и поставщиками программ удаленного управления.

Примерами мобильных приложений для компаний — перевозчиков грузов и грузовых брокеров на белорусском рынке могут послужить мобильные приложения WialonLogistics белорусской компании Gurtam, 4logist однотипной компании, мобильные приложения в системе Be!Fort и др.

Приложение WialonLogistics призвано наладить эффективную взаимосвязь «диспетчер — курьер». Оно позволяет диспетчеру отслеживать добавление заявок на перевозку, распределять их по транспортным средствам, осуществлять мониторинг доставки и создавать отчеты по уже выполненным маршрутам, включающие оценку качества работы курьера или водителя. Приложение обеспечивает фильтрацию заявок по времени и районам доставки, расстановку приоритетов при формировании очередности всех доставок. Помимо заявок к геозонам можно привязывать и автомобили. Это обеспечивает правильное распределение ресурсов автопарка в данном регионе и, как результат, помогает сэкономить время на доставку и расходы на топливо [3].

Мобильное приложение 4logist — это решение, которое соединяет центральный офис (оператора) и водителя. Оно позволяет улучшить и ускорить работу экспедиторских (транспортных) компаний, упростить процесс передачи информации от офиса до водителя и обратно, оперативно отображать статус каждого заказа и месторасположение груза.

Целевая аудитория приложения 4logist — это компании express-доставки; компании, которые постоянно развозят грузы одним и тем же клиентам (магазины, торговые точки), а также занимаются сборными грузами [4].

Мобильное приложение спутникового мониторинга Fort Monitor используется с соответствующей платформой. Вся информация из основной программы компании передается автоматически, что минимизирует ошибки и потери информации.

Приложение Fort Monitor позволяет осуществлять:

- мониторинг состояния транспортного средства в режиме реального времени;
- отображение местоположения на карте и построение треков;
- отображение состояния датчиков, подключенных к транспортному средству;
- Push-уведомления о событиях и др. [5].

Рассмотренные примеры позволяют выявить наиболее характерные черты мобильных приложений в сфере транспорта и логистики. Во-первых, такие приложения зачастую привязаны к уже существующим онлайн-сервисам, что ускоряет и упрощает процесс получения информации различными участниками цепи поставок. Во-вторых, приложения создаются либо для клиентов конкретной компании по ее индивидуальному заказу; либо компания использует услуги приложения, которое является общедоступным.

Подводя итог, стоит отметить, что основными преимуществами использования мобильных приложений в транспортно-логистической сфере являются:

- возможность использования как сотрудниками компании, так и ее клиентами;
- возможность настройки степени доступности той или иной информации для различных групп пользователей;
- возможность быстрого доступа к необходимой информации вне зависимости от времени и места нахождения клиента или сотрудника;
- расширение клиентской базы;
- приобретение конкурентного преимущества ввиду высокой степени использования современных информационно-коммуникационных технологий.

Источники

1. В мире 4 миллиарда интернет-пользователей [Электронный ресурс] // Nag. — Режим доступа: <https://nag.ru/news/newsline/100635/v-mire-chetyire-milliarda-internet-polzovateley.html>. — Дата доступа: 26.09.2019.
2. Мобильные приложения для транспортных компаний: обзор рынка и точки роста в 2018 г. [Электронный ресурс] // Wellsoft. — Режим доступа: <https://wellsoft.pro/blog/obzor-mobilnyh-prilozhenii-dlya-transportnyh-kompanii-i-tochki-rosta-v-2018-godu>. — Дата доступа: 26.09.2019.
3. Логистическое приложение Wialon Logistics [Электронный ресурс] // Wialon operator. — Режим доступа: <https://wialon.by/news/logisticheskoe-prilozhenie-wialon-logistics.html>. — Дата доступа: 27.09.2019.
4. Мобильное приложение от 4logist [Электронный ресурс] // 4logist.com. — Режим доступа: <https://www.4logist.com/mobilnoe-prilozhenie-ot-4logist>. — Дата доступа: 27.09.2019.
5. Мобильные приложения в системе BelFort [Электронный ресурс] // BelFort. — Режим доступа: <https://belfort.by/mobilnyie-prilozheniya-v-sisteme-belfort.html>. — Дата доступа: 27.09.2019.

K. A. Парфенюк

Научный руководитель — доктор филологических наук Н. И. Курганова

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ИТ-РЕКРУТИНГЕ: УСЛОВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ

В работе на основании осмысления теоретических источников и результатов опроса, проведенного как среди профессионалов рекрутинга, так и кандидатов на должности в ИТ-компаниях, обозначены направления целесообразного применения искусственного интеллекта в процессе подбора персонала. Для этого выработаны классификационные критерии выделения функциональных групп из числа соискателей на должность разработчика/инженера программного обеспечения, очерчена область эффективного и целесообразного применения в ИТ-рекрутинге автоматизированных технологий.

В процессе подбора персонала коммуникация традиционно играет ключевую роль, именно поэтому эффективность и приемлемость внедрения искусственного интеллекта в данную сферу — дискуссионный вопрос. В сфере высоких технологий внедрение новаций происходит быстрее, чем в других областях, поэтому источником материала для нашего исследования был выбран именно ИТ-рекрутинг в США. Сведения о ситуации на рынке рекрутинга в США (стране-«законодателе» актуальных тенденций в сфере ИТ) способны выступать ценным материалом для осмысления данной проблемы. Актуальность исследования обусловлена тем фактом, что на сегодняшний день в зарубежных компаниях ярко проявляется направленность на автоматизацию рекрутинговых процессов, и можно предположить, что в обозримом будущем схожая динамика будет наблюдаться и в восточной Европе, в частности в Республике Беларусь.

Цель нашей работы — на основе анализа актуальной ситуации в ИТ-рекрутинге США и учета принадлежности кандидатов к соответствующим группам выявить условия и направления целесообразного применения искусственного интеллекта в ИТ-рекрутинге.

Достижение этой цели обуславливает постановку следующих задач:

- выделение основных этапов в процессе подбора персонала;
- классификация кандидатов (в рамках ИТ-рынка США);
- определение стратегий собеседования применительно к каждой группе;
- выделение этапов и групп кандидатов для целесообразного применения ИИ.

Теоретической базой нашего исследования служат работы Доминика Купера «Отбор и найм персонала: технологии тестирования и оценки» [1] и Гарета Робертса «Рекрутмент и отбор: подход, основанный на компетенциях» [2]. Практической базой послужили интервью с главным операционным директором (СОО) чикагского кадрового агентства «Инаванте» (Inavante LLC.) Алексеем Каплуном, интервью с Главным исполнительным директором и ос-

нователем кадрового агентства в г. Чикаго «Моджо Трек» (Mojo Trek) Мариной Перла, а также собственный полуторагодовой опыт в IT-рекрутинге.

По данным онлайн-опроса среди пользователей социальной сети профессиональных контактов «Линкедин» (LinkedIn) в США, 60,87 % потенциальных соискателей в сфере ИТ по-прежнему предпочитают взаимодействовать исключительно с людьми-рекрутерами. Однако почти 40 % опрошенных положительно или нейтрально относятся к идеи внедрения искусственного интеллекта в процесс приема на работу.

В ходе проведенных интервью со специалистами с многолетним опытом в данной области выявлено общее убеждение: на данный момент адекватно персонализированный подход может быть достигнут только посредством человеческого взаимодействия, поскольку непосредственно стратегии интервьюирования очень индивидуальны и интерактивны. Применение ИИ целесообразно только в первичном поиске контактной информации кандидатов, сортировке полученных заявок, выделении ключевых слов в профилях и т.п. Чтобы доказать эту рабочую гипотезу, приведем «классификацию» кандидатов, выделив соответствующие стратегии собеседования.

1. Опытные профессионалы, граждане США или обладатели Green Card, которые долгое время проживают в США. Они знают, что могут найти новую высокооплачиваемую работу в течение нескольких недель, постоянно же отвечать на запросы рекрутеров кажется им пустой тратой времени.

Для рекрутера цель в данной ситуации — построить долгосрочные отношения, стать надежным источником отраслевой информации и тем специалистом, к которому кандидат обратится при желании изменить место работы. Таким образом, электронные письма кандидатам этой группы высоко персонализированы, а телефонные звонки, если их удается добиться, редко напоминают стандартное интервью. Беседа выстраивается на основании ожиданий самого кандидата и его карьерных целей. Рекрутер проявляет наибольшую степень гибкости именно в ходе таких собеседований.

2. Опытные иммигранты (недавно получившие Green Card или все еще находящиеся на временной визе типа H1B в течение 3–5 лет), которые не могли сменить работодателя, спонсировавшего их визу, в течение нескольких лет. Их основной мотивацией является справедливое вознаграждение за усложнение их обязанностей и повышение в должности.

Рекрутеры обычно осознают и учитывают вышеупомянутые приоритеты развития карьеры и склонны убедительно предлагать соответствующие варианты в общении с кандидатами данного типа. Контакт от начала до конца сфокусирован на предложении решения «ключевой проблемы», однако в большинстве случаев набор вопросов кандидату заранее определен.

3. Взаимодействие с группой вновь прибывших иммигрантов (виза L1 или H1B в течение 1–3 лет) известно как самое рискованное. Такие кандидаты обычно не имеют сбережений, достаточных для финансового обеспечения семьи. Поэтому такие кандидаты стремятся получить высокую заработную плату как можно быстрее. Они готовы сменить работодателя, как только будет

сделано более выгодное предложение, что угрожает репутации их рекрутера и бизнес-целям клиента. Кроме того, языковые навыки и культурная осведомленность таких кандидатов могут быть недостаточными.

Тем не менее рекрутеры готовы работать с вновь иммигрировавшими, поскольку такие кандидаты готовы к переезду, а как технические специалисты они могут обладать редким для США набором навыков, при том что ставка оплаты для них будет ниже, чем для граждан страны. Телефонные разговоры с такими соискателями напоминают формальное собеседование с элементами проверки личностных и языковых навыков. Схемы и списки вопросов интервью используются в большинстве случаев.

4. Малоопытные кандидаты — как правило, недавние выпускники колледжей или недавние победители лотереи Green Card, часто со слабым знанием английского языка. Некоторые из них находятся на студенческих визах (J1, F1, OPT) и ищут спонсорства H1B. Они обычно с готовностью отвечают на сообщения рекрутеров, имеют низкие зарплатные ожидания, желают приобрести опыт и начать карьерный рост. Однако они обычно не соответствуют техническим и/или языковым требованиям IT-компаний.

Многие рекрутеры избегают взаимодействий с такими кандидатами, ссылаясь на низкую эффективность и высокий уровень риска. Однако те, кто проводит телефонные интервью с представителями данной группы, полагаются на четкие наборы вопросов, не стремясь поддерживать непринужденность беседы. На наш взгляд, среди всех рассмотренных категорий кандидатов именно в таких ситуациях наиболее вероятно целесообразное применение ИИ.

В заключение следует отметить, что проведенное исследование подтвердило, что искусственный интеллект пока далек от того, чтобы полностью заменить человеческое взаимодействие в процессе подбора персонала. Применение ИИ целесообразно на этапе первичного установления контакта с кандидатами, а также во вспомогательных процессах, сопровождающих межличностное взаимодействие, поскольку оно позволяет повысить эффективность работы рекрутера. Мы рекомендуем внедрять ИИ в процесс рекрутинга в случае если и сам рекрутер не прибегает к высоко персонализированному подходу. Следовательно, изучение подобного материала видится перспективным направлением научного поиска для оптимального использования западного опыта в местных реалиях.

Источники

1. Купер, Д. Отбор и найм персонала: технологии тестирования и оценки / Д. Купер, И. Робертсон, Г. Тинлайн. — М. : Вершина, 2009. — 332 с.
2. Робертс, Г. Рекрутмент и отбор: подход, основанный на компетенциях : пер. с англ. / Г. Робертс. — М. : HIPPO, 2005. — 277 с.
3. Jones, S. Psychological testing / S. Jones. — 2nd ed. — Hampshire : Harriman House, 2010. — 256 p.

Д. С. Рокало

Научный руководитель — С. С. Шмарловская

ПЕРСПЕКТИВЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ДВУСТОРОННЕГО СОТРУДНИЧЕСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ С АРГЕНТИНСКОЙ РЕСПУБЛИКОЙ

В данной статье рассмотрены основные направления развития двусторонних отношений Республики Беларусь с Аргентинской Республикой, обозначены сферы, в которых осуществляется сотрудничество, приводятся данные. Выявлены проблемы и рассмотрены перспективные пути развития сотрудничества Республики Беларусь с Аргентинской Республикой.

Республика Беларусь объективно обладает существенным потенциалом для расширения экономического, политического, культурного и научно-технического взаимодействия со странами Латинской Америки. В частности, укрепление и наращивание внешнеэкономических связей с Аргентинской Республикой входит в число приоритетных направлений латиноамериканского сотрудничества.

Аргентинская Республика считается одной из главных развивающихся экономик мира: объем ВВП (518, 09 млрд дол. в 2018 г., в 2017 г. — 642,93 млрд дол. в 2017 г., темп роста — 19,42 %) и темпы экономического роста позволяют Аргентине являться частью «Большой двадцатки». Аргентино-белорусские внешнеэкономические и торговые связи могут стать основой интеграции Республики Беларусь и Аргентинской Республики.

Соглашение о свободной торговле между странами в рамках крупных торговых союзов ЕАЭС и Меркосур в настоящее время не подписано. Отношения между Республикой Беларусь и Аргентинской Республикой в научной, военно-технической, информационной сфере находятся только в процессе становления, а падение экспорта в Аргентинскую Республику из Республики Беларусь опустили отношения между странами на 4-е место по темпам падения.

Основной проблемой является то, что большинство достигнутых соглашений не носят практический характер. Например, в соглашении о трансграничном сотрудничестве отмечена необходимость увеличения экспорта из Республики Беларусь в Аргентинскую Республику. Но согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь можно проследить, что объем экспорта в 2017 г. уменьшился по сравнению с 2016 г. на 5,9 млн дол. (13,7 млн дол. в 2016 г. и 7,8 млн дол. в 2017 г.), а в 2018 г. увеличился по сравнению с 2017 г. (7,8 млн дол. в 2017 г. и 31,1 млн дол. в 2018 г. соответственно). В то же время аргентинских товаров было ввезено в Беларусь в рассматриваемый период на сумму 119,6 млн дол. США, что свидетельствует об увеличении на 208,7 % [1].

За 2018 г. товарооборот между Беларусью и Аргентиной составил 134,1 млн дол. (105,3 % к уровню 2017 г.). Экспорт составил 31,1 млн дол. (398,7 % к уровню 2017 г.), импорт — 103 млн дол. (86,2 % к уровню 2017 г.). Сальдо внешней торговли сложилось отрицательным в размере 71,9 млн дол. Темп роста экспорта (без учета нефти, нефтепродуктов и азотных удобрений) составил 32,3 % при задании 130 % [2].

Экспорт услуг в Аргентину в 2018 г. составил 394,3 тыс. дол. (287 % к соответствующему уровню 2017 г.).

Сотрудничество в области культуры, науки и образования носит периодический характер. В 2008 г. группа белорусских ученых приняла участие в XII Конгрессе Международной ассоциации радиационной защиты в г. Бузнос-Айресе, в ходе которого была организована выставка перспективных разработок белорусских ученых.

Ежегодно в рамках фестиваля обществ эмигрантов при поддержке диаспоры организуется выставка о Беларуси, на которой представляются различные материалы о стране, книги, журналы, демонстрируются фильмы об истории и культуре Беларуси. Мероприятия освещают телевизионные и печатные СМИ Аргентины.

В ноябре 2017 г. в здании клуба соотечественников «В. Г. Белинский» прошла выставка, посвященная 135-летию со дня рождения белорусского поэта Якуба Колоса.

Необходимо отметить, что Аргентинская Республика обладает значительным потенциалом для развития науки и техники, в частности большое внимание уделяется медицине, ядерной физике, биотехнологиям, нанотехнологиям.

Аргентина относится к мировым лидерам в применении, регулировании и развитии биотехнологии. Она является одной из немногочисленных стран, которые осуществляют собственные разработки трансгенных сельскохозяйственных культур, в том числе засухоустойчивых растений и резистентных к вирусам видов картофеля. Так как в Республике Беларусь на долю сельского хозяйства приходится 6–7 % ВВП, то взаимодействие, связанное с обменом опыта в сфере биотехнологий, могло бы способствовать увеличению производительности сельскохозяйственных культур. Можно наладить сотрудничество Белорусского центра ДНК-биотехнологий и Conabia (Национальная комиссия по биотехнологии).

Аргентинская Республика обладает развитым фармацевтическим сектором, современным оборудованием и технологиями, квалифицированным персоналом. Стоимость произведенной продукции (в период 2015–2018 гг.) — около 5 млрд дол., численность занятых — свыше 40 тыс. чел., около 50 % сырья импортируется. В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы отмечено, что фармацевтическая промышленность является одной из приоритетных областей развития страны. Таким образом для развития сотрудничества в фармацевтической области можно наладить проведение различных семинаров по обмену опытом, орга-

низовать взаимодействие белорусских компаний «Белфармация», «Белмедпрепараты» и других с такими аргентинскими компаниями, как Roemmers, Bago и др. [3].

Для развития двусторонней экономической кооперации необходимо создание совместных производственных предприятий для более широкого и эффективного использования потенциала и рыночных возможностей крупных торговых союзов. Одним из возможных путей развития сотрудничества может стать создание в Аргентине филиалов крупных белорусских предприятий (например: «МТЗ», «БелАЗ», «МАЗ», «Белшина»). На данный момент только «Гомсельмаш» имеет филиал в Аргентине.

Республика Беларусь осуществляет научно-техническое и инновационное сотрудничество на основе межправительственных соглашений с 44 странами мира. С Аргентинской Республикой отношения в этой сфере находятся в стадии разработки. Налаживание отношений в сфере программного обеспечения и информатики также может стать одним из перспективных направлений сотрудничества. В Аргентине насчитывается около 1600 компаний данной направленности, что позволяет ей занимать одно из лидирующих позиций в мире в этой сфере. Развивать взаимодействие можно на базе созданного в Республике Беларусь Парка высоких технологий.

Аргентина — страна с большим количеством природных и исторических памятников, их важность для мировой культуры также признана ЮНЕСКО. В свою очередь нетронутая природа Республики Беларусь, уникальные леса и болота привлекают сюда приверженцев экологического туризма со всего мира. Введение с 2016 г. безвизового режима может способствовать увеличению туроров из Республики Беларусь в Аргентину и наоборот. Также для активизации туристической деятельности необходимо налаживание двустороннего сотрудничества между туристическими фирмами обеих стран, активная реклама и удешевление туроров за счет бонусных программ.

Анализ итогов реализации Национальной программы развития экспортта Республики Беларусь на 2011–2015 годы выявил ряд факторов, сдерживающих рост и оптимизацию структуры экспортта. Среди них высокая товарная и географическая концентрация экспортта, медленное освоение новых рыночных ниш; отсутствие широкой линейки экспортных товаров (в том числе инновационных), несмотря на проведенную модернизацию организаций-экспорттеров [4].

Таким образом, среди приоритетных сфер двустороннего взаимодействия можно выделить сельскохозяйственное машиностроение, фармацевтическую промышленность, биотехнологии, научно-техническую сферы, туризм. В ближайшей перспективе основные внешнеполитические усилия Республики Беларусь во взаимодействии с Аргентинской Республикой должны быть направлены на закрепление долгосрочных отношений, расширение политического диалога, укрепление договорно-правовой базы, продвижение интересов белорусских предприятий, в том числе через создание совместных производств, открытие торговых домов и представительств, организацию об-

мена визитами представителей деловых кругов, усиление многостороннего взаимодействия в рамках ведущих международных организаций.

Источники

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 03.09.2019.
2. Посольство Республики Беларусь в Аргентинской Республике [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://argentina.mfa.gov.by/tu>. — Дата доступа: 05.09.2019.
3. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/Programma-2020.pdf>. — Дата доступа: 07.09.2019.
4. Национальная программа поддержки и развития экспортта Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10328.pdf>. — Дата доступа: 03.09.2019.

K. M. Русилко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. Ф. Горбач

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье рассматриваются проблемы развития транспортного комплекса в условиях международной интеграции и указываются мероприятия для их решения.

На границе XX и XXI вв. человечество столкнулось с новым социальным явлением — глобализацией. Сейчас существует острая необходимость более глубокого понимания, скрупулезного анализа, выявления сущности, причин возникновения и оценки последствий этого явления.

Для того чтобы быть готовым к последствиям глобализации, необходимо знать, каким образом и в какой мере она может повлиять на жизнь человечества в будущем, какие потери либо выгоды может принести. Это немаловажно для прогнозирования и минимизации возможных потерь, предупреждения или уменьшения вероятных угроз и увеличения положительных эффектов.

Процесс глобализации является неизбежным. Но не все имеют пользу от глобализации в одинаковой мере, например, компании, не имеющие возможности выхода на определенные рынки, вынуждены нести значительные издержки. Глобализация сильно связана с интернационализацией производства и капитала, научными исследованиями и достижениями. Интернационализация производства привела к появлению и развитию международной экономи-

ческой интеграции. Структурные сдвиги, которые характеризуют процессы мирового производства и международной торговли, предопределяются изменениями, происходящими в мировом транспортном комплексе.

Глобализация международной торговли и транснационализация национальных компаний предполагает беспрепятственное перемещение ресурсов и товаров, что невозможно реализовать без транспортного комплекса. Транспорт — основа формирования внутреннего и международных рынков, обеспечивает развитие нормальной рыночной экономики.

Современный транспортный комплекс подвержен влиянию разнообразных тенденций. Транспорт находится в зависимости от отраслей производства материально-вещественных благ, но в то же время значительно влияет на региональное распределение производственных мощностей, участвует в процессе воспроизводства и является важной составной частью системы экономических отношений. Стремительное развитие интеграционных процессов, различия в степени развития национальных хозяйств и их открытости для участия в международных экономических отношениях, интенсификация товаропотоков между экономическими субъектами на разных уровнях их взаимодействия, рост туристических потоков, с одной стороны, и недостаточное развитие экономико-теоретической базы, недостаточное количество современных исследований методологической основы функционирования транспортного комплекса в современной науке, с другой стороны, определяют необходимость установления места, роли и значения транспорта как важной экономической категории.

Формирование взглядов на транспорт как отдельный, самостоятельный сектор экономики впервые отмечалось в работах К. Маркса. Позднее этим вопросам посвящали работы как отечественные, так и зарубежные экономисты. Огромное количество публикаций представлено аналитиками МВФ, ОЭСР, группы всемирного банка. Но в то же время существует немалое количество нерешенных вопросов относительно содержания транспортной услуги, продукции транспортного комплекса и ее эффективности и т.д. [1].

Научно-техническая модернизация транспортного комплекса происходит по двум направлениям — переоснащение транспортного парка и техническое и технологическое совершенствование транспортной инфраструктуры.

Совершенствование организации управления транспортными потоками вместе с ростом пропускной способности транспортной сети и других факторов способствовало возникновению международных транспортных коридоров. Особенность коридоров в их трансграничном характере, что позволяет оптимизировать трансконтинентальные товаропотоки. Сеть международных транспортных коридоров — система обеспечения устойчивого функционирования мировой экономики в условиях глобализации.

Реформирование моделей международной торговли также является объективным условием развития транспорта. Можно выделить следующие последствия перехода к внутриконтинентальной и межрегиональной торговле: удлинение протяженности континентальных транспортных путей, сокра-

щение периода доставки пассажиров и грузов, создание новой транспортной сети дистрибуции на базе единых международных транспортных коридоров, развитие системы комбинированных перевозок.

Транспорт владеет большим потенциалом эффективности. Рыночные отношения определяют конкурентный характер развития. Поэтому рост конкурентоспособности производителей транспортной услуги становится перво-степенной задачей для развития транспорта. Направления повышения конкурентоспособности: рост производительности труда, повышение фондоотдачи, развитие мультимодальных и интермодальных перевозок, так как в настоящее время комбинированные виды приобретают большую значимость с точки зрения роста конкурентоспособности.

На современном этапе большое значение имеет качественное развитие транспортной инфраструктуры. На эффективность услуг транспорта влияют затраты на обеспечение его соответствия экологическим стандартам с целью снижения негативного воздействия на окружающую среду. Взаимодействие транспорта и окружающей среды происходит комплексно, проявляясь в ряде следующих аспектов: загрязнение атмосферы, водных объектов и земель, потребление природных ресурсов и т.д. Это вынуждает государства и межгосударственные органы ужесточать требования к экологической безопасности транспортных объектов. Вопрос стоит остро, так как данное влияние имеет тенденцию к нарастанию, это в будущем неминуемо приведет к снижению эффективности транспортных услуг.

Значительным последствием развития транспорта является экономический рост, который определяют следующие факторы: низкие транспортные издержки; мобильность населения; инвестиции в транспортный комплекс.

Стимулирование экономического роста реализуется посредством инвестиций в транспортный комплекс. Участие государства должно выражаться в рациональной и адекватной фискальной и тарифной политике. Оптимальная налоговая нагрузка создает возможности для инвестирования в транспортный комплекс. Таможенные пошлины должны быть минимальны для транзитного товаропотока, чтобы стимулировать транзит через территорию.

Вместе с тем транспортный сектор в процессе своего функционирования влияет также на повышение качества жизни населения. Вовлечение большего числа экономических агентов в использование транспортного комплекса для дистрибуции продуктов питания позволит снизить издержки и повысить производительность АПК.

Сокращение числа безработных также может быть вызвано развитием транспортного комплекса, причем этот процесс происходит по двум направлениям. Первое — повышение транспортной доступности работы для населения. Второе направление — транспорт как источник занятости для населения.

Стабилизация экономики и ее подъем невозможны без решения основных проблем транспортного комплекса. В первую очередь требуют решения вопросы увеличения инвестиций в эту отрасль, привлечения иностранного капитала и др. В самом транспортном комплексе необходима более тесная ко-

ординация работы всех видов транспорта между собой и с отраслями народного хозяйства. Остро стоят проблемы транспортного обеспечения между государствами, снижение отрицательного влияния транспорта на природную среду и человека.

Источник

1. Евсеев, С. В. Эффективность транспортных услуг в современных условиях / С. В. Евсеев // Экон. науки. — 2006. — № 3. — С. 121–136.

A. A. Сазонова, И. В. Намаконов

Научный руководитель — доктор филологических наук Н. И. Курганова

ОБРАЗ КИТАЯ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

Статья посвящена моделированию образа Китая на основе ассоциативного эксперимента, проведенного среди белорусов и россиян. Русскоговорящим респондентам было предложено записать свои ассоциации к слову «Китай», что позволило сформировать ассоциативное поле, включающее 648 ассоциатов. На первом этапе исследования было выделено стереотипное ядро представлений о Китае, в которое вошли 10 самых частотных ассоциатов поля. На втором этапе на основе классификации всех ассоциаций поля была смоделирована когнитивная структура, отражающая основные направления восприятия и осмыслиения Китая белорусами и россиянами. Набор этих процедур позволил смоделировать образ Китая через призму русскоязычного сознания, а также сделать вывод о противоречивости этого образа.

Наше исследование посвящено изучению образа Китая. Выбор темы исследования обусловлен рядом факторов. Во-первых, Китай — крупнейшее по численности населения государство мира; занимает третье место в мире по территории, уступая лишь России и Канаде. Это одна из ведущих мировых космических держав, обладатель ядерного оружия и крупнейшей по численности военнослужащих армии в мире. Кроме того, Китай является экономической сверхдержавой, занимая второе место в мировом рейтинге номинального ВВП, уступая только США. Во-вторых, Китайская Народная Республика на сегодняшний день является самым выгодным и престижным партнером Республики Беларусь. Следует отметить, что дипломатические отношения между КНР и Республикой Беларусь были установлены в 1992 г. Объем торговли между двумя странами непрерывно растет, Китай оказывает Беларуси значимую кредитную поддержку и реализует множество инвестиционных проектов. Следовательно, множество жителей Беларуси участвуют в реализации совместных проектов. Именно поэтому нам было интересно изучить, каким видят Китай наши соотечественники, родившиеся не раньше 1975 г.

Для этих целей была разработана анкета, в которой русскоговорящим респондентам было предложено записать свои ассоциации к слову «Китай». В анкетировании приняло участие 216 человек: это русскоязычные респонденты 1975 года рождения и младше, проживающие в Республике Беларусь и Российской Федерации.

Цель нашего исследования — моделирование образа Китая через призму восприятия граждан Беларуси и России на материалах ассоциативного эксперимента. Данная работа является составной частью научного проекта «Сравнительный анализ образа Китая в сознании старшего и младшего поколений» и выполняется на материале, полученном в ходе анкетирования. Исследование было проведено по методологии Н. И. Кургановой [1, с. 150–156].

На первом этапе обработки результатов анкеты мы выявили, что на слово-стимул «китайский» было получено 648 ассоциативных реакций, ранжирование которых в порядке частотности позволило представить ассоциативное поле слова «китайский». Ядро ассоциативного поля — 242 ассоциата, что составляет 37,3 % от всего поля: сложный 55, дешевый 47, интересный 29, древний 28, традиционный 24, некачественный 16, шумный 13, непонятный 11, красивый 10, массовый 9.

На втором этапе анализа с целью реконструкции структурных параметров образа Китая мы провели моделирование когнитивной структуры образа Китая. На основе смысловой классификации всех ассоциатов поля были первоначально сформированы следующие когнитивные слои:

1. Китайский — это дешевый, некачественный (103 acc.): дешевый 47, некачественный 16, массовый 9, доступный 5, поддельный 5, пластиковый 2, популярный 2, примитивный 2 и др.

2. Китайский — это сложный, непонятный (100 acc.): сложный 55, непонятный 11, загадочный 8, доступный 5, логичный 4, запутанный 2, трудный 2, мистический, необъяснимый и др.

3. Китайский — азиатский, восточный (84 acc.): шумный 13, восточный 8, красный 8, азиатский 7, большой 5, многочисленный 5, богатый 4, разный 4, многоголупдный 3, экзотический 3 и др.

4. Китайский — развивающийся (69 acc.): инновационный 5, развивающийся 5, современный 5, быстрый 4, новый 4, перспективный 3, сильный 3, влиятельный 2, мощный 2, прогрессивный 2, растущий 2, самодостаточный 2, высокотехнологичный, действенный и др.

5. Китай — древний, традиционный (62 acc.): древний 28, традиционный 24, жесткий 2, закрытый 2, авторитарный, изолированный и др.

6. Китайский — это интересный (58 acc.): интересный 29, необычный 8, глубокий 4, мудрый 4, самобытный 2, уникальный 2, аутентичный, забавный, конфуцианский, манящий и др.

7. Китайский — язык (42 acc.): распространенный 5, мелодичный 4, иероглифический 3, китайский 3, тоновый 3, звучный 2, певучий 2, тональный 2, язык 2, времязатратный, графичный, забавное произношение, звонкий и др.

8. Китай — оценка (позитивная) (39 асс.): красивый 10, качественный 4, утонченный 4, изящный 2, любимый 2, яркий 2, завораживающий, изысканный, искусный, полезный, привлекательный, родной, сексуальный, удобный, функциональный, чарующий и др.

9. Китайский — это чужой (24 асс.): странный 7, далекий 6, другой 5, иной, иностранный, непривычный, странноватый, чуждый, чужой.

Затем на основе ранжирования когнитивных слов в соответствии с количественными данными была выделена следующая когнитивная структура образа Китая:

- 1) Китай — это дешевый некачественный товар (17,7 %);
- 2) Китай — это непонятная нам страна (17,2 %);
- 3) Китай — это восточная, азиатская культура (14,5 %);
- 4) Китай — это развивающаяся экономика (11,9 %);
- 5) Китай — это страна с древней культурой (10,7 %);
- 6) Китай — это страна, вызывающая интерес (10,0 %);
- 7) Китай — это иероглифический язык с большим количеством носителей (7,2 %);
- 8) Китай — это чужая для нас страна (4,1 %).

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы: ведущими направлениями построения образа Китая через призму русскоязычного сознания являются: а) идентификация страны через дешевый товар, который часто бывает некачественным; б) отождествление Китая с необъяснимым, загадочным, непонятным явлением; в) характеристика Китая через призму разнообразной и богатой восточной культуры, в которой чтут традиции; г) взгляд на Китай как на современную и быстроразвивающуюся экономику. На периферии сознания респондентов находятся следующие представления о Китае: а) определение страны через мелодичный и певучий язык с большим количеством носителей; б) признание Китая чуждой русскоязычному сознанию страной.

Таким образом, в сознании респондентов образ Китая имеет весьма противоречивый характер. Противоречивость заключается в том, что, с одной стороны, Китай — это сложная и непонятная страна, с другой — одновременно интересная, красивая и перспективная. Полученные в ходе исследования данные могут быть полезны для налаживания межкультурных контактов и преодоления коммуникативных барьеров.

Источники

1. Курганова, Н. И. Смыслоное поле при моделировании значения слова / Н. И. Курганова. — Мурманск : МГГУ, 2012. — 296 с.
2. Самбурова, Е. Н. Китай [Электронный ресурс] / Е. Н. Самбурова // Большая российская энциклопедия. — Режим доступа: <https://bigenc.ru/geography/text/2068564>. — Дата доступа: 05.10.2019.

Н. И. Сидоров, А. Р. Лушина

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л. В. Корбут

АНАЛИЗ ВЫПОЛНЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ЦЕЛЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ АГРОБИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье кратко проанализированы отдельные целевые показатели, обозначенные Государственной программой развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы, а также причины и факторы, влияющие на их достижение.

Использование программно-целевого подхода позволяет государству сформировать целевые программы и механизм финансирования тех мероприятий, с помощью которых впоследствии реализуются поставленные цели. В данный момент этот подход реализуется посредством Государственной программы развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы. Проанализируем основные тенденции в развитии данной сферы экономики.

В 2018 г. производительность труда в сельском хозяйстве составила 56 146 тыс. руб. на одного работника. Рост планового значения данного показателя за 2018 г. по отношению к 2015 г. задан Государственной программой как 22,6 %, в то время как изменение фактически составило 15,1 % [1, 2]. Основная причина этого спада — невыполнение установленных параметров по объемам производства продукции сельского хозяйства.

Темп производства валовой продукции животноводства за 2015–2018 гг. фактически составил 102,6 %, растениеводства — 105,6 % при заданных Программой 110,4 и 107 % соответственно.

В 2018 г. объем экспорта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания равнялся 5280,1 млн дол. США [2]. При этом стоит отметить, что основной удельный вес экспорта приходится на страны СНГ, особое место занимает Российская Федерация (рис. 1). При этом за исследуемый период 2015–2018 гг. доля стран СНГ в экспорте возросла с 89,6 до 90,2 %, в то время как доля России среди стран СНГ в экспорте сельхозпродукции и продуктов питания снизилась с 93,9 до 87,8 %.

Несмотря на резкое снижение экспорта в 2016 г. в связи с неблагоприятными погодными условиями и неурожаем ряда сельскохозяйственных культур, темп роста экспорта за 2015–2018 гг. составил 119,2 % при заданных Программой 118,6 %.

Доля экспорта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания в 2018 г. в общем объеме внешней торговли товарами составила 15,6 %, что ниже соответствующего показателя за 2015 г. на 1,1 п.п., за 2017 г. — на 1,4 п.п.

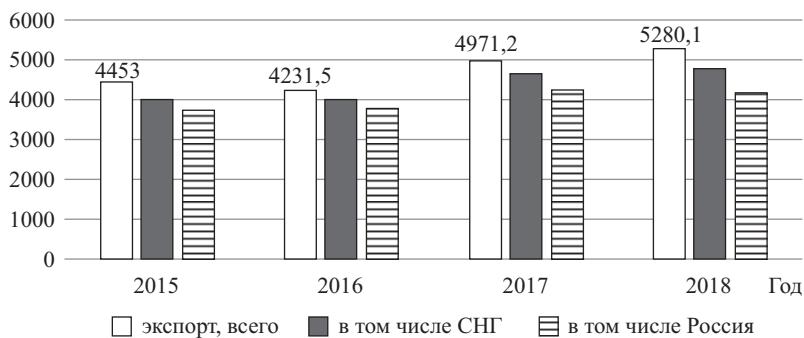


Рис. 1. Динамика экспорта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания в 2015–2018 гг., млн дол. США

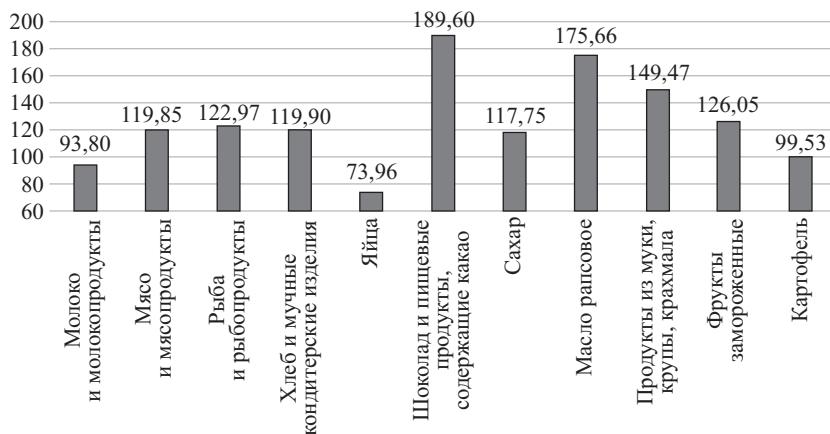
При изучении реализации Государственной программы немаловажно исследование основных изменений в структуре экспорта (см. таблицу).

Структура экспорта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания Республики Беларусь в 2015 и 2018 гг.

Категория продукции	2015 г.		2018 г.		+/- п.п.
	млн дол.	%	млн дол.	%	
Мясо и мясопродукты	770,6	18,1	984,3	18,6	0,5
Молочные продукты и яйца птицы	1791,8	42,1	2066,6	39,1	-3,0
Рыба и рыбопродукты	256,9	6,0	337,9	6,4	0,4
Овощи и фрукты	599,2	14,1	578,8	11,0	-3,1
Сахар, изделия из сахара и мед	224,6	5,3	203,4	3,9	-1,4
Кофе, чай, какао, пряности	44,2	1,0	76,5	1,4	0,4
Напитки	115,4	2,7	200,9	3,8	1,1
Растительные масла и жиры	89,2	2,1	197,1	3,7	1,6
Прочие товары	364,2	8,6	634,7	12,0	3,5

В 2018 г. в структуре экспорта наибольшая доля приходится на молоко, молочные продукты и яйца птицы, прирост экспорта данной продукции за 2018–2015 гг. составил 27,7 % в стоимостном выражении, за годы наблюдается сокращение удельного веса данной категории продуктов на 3 п.п. Увеличился экспорт: растительных масел и жиров (в 2,2 раза), напитков (на 74,1 %), мяса и мясопродуктов (на 27,7 %), рыбы и рыбопродуктов (31,5 %).

При исследовании основных изменений экспорта в натуральном выражении за 2015–2018 гг. по товарным позициям (рис. 2) отметим следующее: сокращение экспорта молока и молочной продукции на 6 %, или 64,8 тыс. т, яиц — на 26 %, или 227,7 млн шт., картофеля — на 0,5 %, или 1,4 тыс. т, а также рост экспорта шоколада и пищевых продуктов, содержащих какао, на 89 %, или 11,2 тыс. т, рапсового масла — на 100,4 тыс. т, или 76 %, пищевых продуктов из муки, крупы, крахмала — на 49 %, или 27,9 % и т.д. Наибольший удельный вес среди экспорта мяса и мясопродуктов в 2018 г. приходится на говядину свежую и охлажденную (29 %) и мясо и пищевые субпродукты домашней птицы (49 %). Среди молока и молочной продукции единственными товарными позициями, экспорт которых за данный период не сократился, являются сыры и масло сливочное (прирост экспорт — 15,7 и 1,7 % соответственно).



Rис. 2. Индексы роста экспорта по категориям продукции в натуральном выражении, 2018 г. к 2015 г., %

В 2018 г. выручка от реализации продукции, товаров и услуг в сельском хозяйстве составила 12 125,6 млн руб., что на 31,6 % выше уровня 2015 г. Стоит отметить рост прибыли от реализации продукции, товаров и услуг в сельском хозяйстве: если в 2015 г. она составляла 100,9 млн руб., то в 2018 г. — 526,4 млн руб. Кредиторская задолженность в сельском хозяйстве в 2018 г. составила 7597,2 млн руб., что на 63,8 % выше, чем в 2015 г. При этом задолженность по кредитам и заемам за 2015–2018 гг. возросла на 14,9 %.

Отношение кредиторской задолженности и задолженности по кредитам и заемам к выручке от реализации продукции, товаров, работ, услуг в сельском хозяйстве в 2018 г. составил 1,09 при заданных 1,05. Соответствующий коэффициент в 2015 г. равнялся 1,03. Причина данного несовпадения — в дефиците оборотных средств предприятий, ввиду чего возникла необходимость в привлечении кредитных ресурсов. Но в то же время уменьшаются числа

убыточных организаций с 722 до 439, т.е. на 39,2 %. Их доля в общем числе организаций сократилась с 22 до 13,6 % в 2018 г.

Таким образом, в ходе реализации Программы наблюдается несовпадение фактического результата с заданными показателями развития. Однако Программа еще находится на стадии реализации, что создает предпосылки для достижения в итоге запланированных показателей за счет реализации эффективных управленческих решений.

Источники

1. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. — Режим доступа: [https://www.mshp.gov.by/programms/a868489390de4373.html/](https://www.mshp.gov.by/programms/a868489390de4373.html). — Дата доступа: 08.10.2019.
2. Внешняя торговля Республики Беларусь, 2019 г. : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол: И. В. Медведева [и др.]. — Минск, 2019. — 212 с.
3. Сельское хозяйство Республики Беларусь, 2019 г. : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол: И. В. Медведева [и др.]. — Минск, 2019. — 211 с.

M. A. Слизкий

Научный руководитель — кандидат экономических наук И. А. Леднева

МОНОПОЛЬНЫЕ ЦЕНЫ: ПОРЯДОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ПРАКТИКА РЕГУЛИРОВАНИЯ

В статье рассмотрена практика определения монопольных цен в Республике Беларусь на основе Инструкции о порядке определения монопольно высоких, монопольно низких цен (тарифов) и монопсонически низких цен (тарифов) и Закона Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции».

Под монопольной понимается цена, которая устойчиво отклоняется от ее возможного уровня на конкурентном рынке, сложившегося под воздействием спроса и предложения, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке, в целях реализации своих экономических интересов за счет злоупотребления монопольной властью. Монопольные цены подразделяются на монопольно высокие и монопольно низкие.

Монопольно высокой признается цена товара, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке, с целью компенсации необоснованных затрат, вызванных недоиспользованием производственных мощностей, и (или) получения дополнительной прибыли в результате снижения качества товара.

Монопольно низкая цена — цена приобретаемого товара, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке в качестве покупателя, в целях получения дополнительной прибыли и (или) компенсации необоснованных затрат за счет продавца; или цена товара, сознательно устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке в качестве продавца, на уровне, приносящем убытки от продажи данного товара, результатом установления которой является или может являться ограничение конкуренции посредством вытеснения конкурентов с рынка. В отношении хозяйствующего субъекта, доминирующего на рынке в качестве продавца или покупателя, в случае установления им монопольно высоких (низких) цен применяются меры ответственности в соответствии с антимонопольным законодательством [1].

В Республике Беларусь определение монопольных цен осуществляется согласно Инструкции о порядке определения монопольно высоких, монопольно низких цен (тарифов) и монопсонически низких цен (тарифов), которая была разработана с учетом Методики определения монопольно высоких (низких) цен, утвержденной решением Совета Евразийской экономической комиссии от 17 декабря 2012 г. № 117.

Условия и признаки, при которых цена (тариф), установленная хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее, в том числе монопсоническое, положение, признается монопольно высокой, монопольно низкой определяются в соответствии с п. 1 ст. 9, п. 1 ст. 10 и п. 2 ст. 11 Закона Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» [2]. Для принятия решения о наличии признаков установления субъектом-доминантом монопольно высокой (низкой) ценой (тарифов) анти-монопольный орган анализирует ряд экономических показателей данного субъекта:

- себестоимость изготовления (производства) товара и (или) расходов на его реализацию (по элементам затрат);
- планируемую и фактическую прибыль по товару, необходимый уровень прибыли, обеспечивающий эффективное функционирование и развитие субъекта-доминанта;
- рентабельность изготовления (производства) и (или) реализации товара;
- динамику себестоимости, прибыли по товару, рентабельности изготовления (производства) товара и (или) его реализации (по элементам затрат);
- динамику валовой, чистой прибыли и направления ее распределения, в том числе выплату дивидендов и инвестиционную деятельность;
- динамику объемов производства (реализации) товара с учетом производственных мощностей;
- обоснованность сокращения объемов изготовления (производства) и (или) реализации или прекращения изготовления (производства) и (или) реализации товара, на который имеются спрос или заказы потребителей, при наличии возможности изготовления (производства) и (или) реализации товара;

- сопоставимость темпов роста цены (тарифа) товара, себестоимости (элементов затрат) изготовления (производства) товара и (или) затрат на его реализацию, рентабельности изготовления (производства) и (или) реализации товара;
- договоры, в результате которых прямо либо косвенно складывается цена (тариф) на товар;
- динамику разных видов цен (тарифов) (средневзвешенных, для разных групп потребителей);
- утвержденные субъектом-доминантом и действующие учетную, амортизационную, финансовую, дивидендную, кредитную, товарную политики;
- обязательства перед кредиторами и финансовыми организациями [3].

При оценке необходимости затрат и прибыли субъекта-доминанта также применяется сравнительный анализ аналогичных затрат и прибыли других хозяйствующих субъектов на соответствующем или сопоставимом товарном рынке.

Мировой опыт свидетельствует о наличии двух моделей для преодоления высоких цен, устанавливаемых монополями. Зарубежная теория и практика показывают, что высокие цены и нормы прибыли сегодняшних монополистов побуждают других субъектов и новых инвесторов к проникновению на их рынки, что само по себе создает условия для возникновения и развития конкуренции. Вторая модель состоит в том, что если товар продается по монопольно высоким ценам, правительство прибегает к регулированию таких цен.

Отечественная практика показывает, что во избежание нарушений антимонопольный орган заключает с хозяйствующими субъектами, занимающими доминирующее положение, соглашения, в которых определяются обязательные условия, исключающие монополистическую деятельность этих субъектов, а также пределы изменения цен (тарифов).

Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь в качестве инструментов прямого ценового регулирования использует фиксированные цены, предельные цены, предельные надбавки, индексация, предельный норматив рентабельности, порядок установления и применения цен, декларирование цен.

Осуществление единственного контроля со стороны государства за уровнем цен в монопольных отраслях, создание условий для развития добросовестной конкуренции — ключевые задачи антимонопольного органа при осуществлении ценового регулирования.

Источники

1. Понятие и виды монопольных цен [Электронный ресурс] // Центр Креативных Технологий. — Режим доступа: <https://www.inventech.ru/lib/pravo/pravo-0210/>. — Дата доступа: 04.10.2019.
2. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 12 дек. 2013 г., № 94-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=N11300094>. — Дата доступа: 04.10.2019.

3. Об утверждении Инструкции о порядке определения монопольно высоких, монопольно низких цен (тарифов) и монопсонически низких цен (тарифов) [Электронный ресурс] : постановление М-ва антимонопольного регулирования и торговли Респ. Беларусь, 29 июня 2018 г., № 53 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W21833297&p1=1>. — Дата доступа: 09.10.2019.

Д. А. Сороко, В. Э. Кожич

Научный руководитель — магистр экономики и управления А. Н. Зоткина

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА — ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ

В статье раскрывается понятие формирования ассортимента и его важность для коммерческой деятельности торговой организации. Рассматриваются сущность и этапы формирования ассортимента. Охарактеризованы общие и специфические факторы, влияющие на формирование ассортимента торговой организации.

Решения, принимаемые производителями и продавцами товаров по формированию товарного ассортимента, оказывают огромное влияние не только на их товарную политику, но и на результаты всей коммерческой деятельности компаний и организаций, поскольку предлагаемые ими товары определяют выбор покупателями производителя или продавца и влияют на весь процесс поведения потребителей.

Одним из главных направлений ассортиментной политики торговой организации является формирование ассортимента товаров.

Формирование ассортимента — это деятельность, направленная на подбор групп, видов и разновидностей товаров соответственно спросу потребителей, с целью наиболее полного его удовлетворения [1].

Ассортимент торговой организации формируется в три этапа.

На первом этапе устанавливается укрупненный ассортимент товаров (товары, объединенные по общим признакам в определенные совокупности: класс, группа, вид товара), т.е. определяется ассортиментный профиль магазинов. Эта работа проводится с учетом действующих принципов размещения розничной торговой сети и на основании маркетинговых исследований в области целевого рынка. С учетом этого определяются место и роль магазина в общей системе торгового обслуживания города, района и т.д.

Второй этап предусматривает установление количественного соотношения отдельных групп товаров в магазине, т.е. рассчитывается структура укрупненного ассортимента.

На третьем этапе определяется развернутый ассортимент, т.е. осуществляется подбор конкретных разновидностей товаров каждой группы по раз-

личным признакам. При этом в каждом магазине должно быть обеспечено соответствие предлагаемого ассортимента товаров спросу населения. Учитывают также влияние различных факторов на построение ассортимента товаров в каждой конкретной розничной организации.

Основными направлениями в области формирования ассортимента являются стабилизация, сокращение, обновление, расширение, совершенствование, гармонизация [2, с. 99]. Указанные направления взаимосвязаны и в значительной мере дополняют друг друга. Для выбора того или иного направления необходимо знать факторы, которые влияют на формирование ассортимента. Они подразделяются на общие и специфические.

Общими факторами, влияющими на формирование промышленного и торгового ассортимента, являются спрос и рентабельность [2, с. 99].

Спрос как потребность, подкрепленная платежеспособностью потребителей, — определяющий фактор формирования ассортимента. В свою очередь спрос зависит от сегмента потребителей (их доходов, национальных, демографических и других особенностей).

Рентабельность производства и реализации определяется себестоимостью, издержками производства и обращения, на размеры которых оказывают определенное влияние государственные меры по поддержке отечественных изготовителей (льготное налогообложение, таможенные тарифы и др.).

Специфические факторы формирования торгового ассортимента — производственные возможности изготовителей, специализация торговой организации, каналы распределения, методы стимулирования сбыта и формирования спроса, материально-техническая база торговой организации, сегмент потребителей [3, с. 111].

Торговый ассортимент неизбежно формируется под воздействием промышленного, поскольку производственные возможности изготовителя определяют состав предложения. Однако в условиях рыночной экономики производственные возможности изготовителя перестают быть определяющим фактором формирования торгового ассортимента.

Заказы торговых организаций, определяемые спросом потребителей, оказывают все большее воздействие на формирование торгового ассортимента. Работники торговли реально имеют возможность влиять на промышленный ассортимент через заказы товаров, пользующихся спросом.

Специализация торговой организации относится к наиболее значимым факторам формирования ассортимента товаров. Она определяется при создании, лицензировании или аттестации организации. Руководство организации принимает решение о специализации, от которой зависит ее последующая деятельность, в том числе и формирование торгового ассортимента.

Каналы распределения товаров также имеют значение при формировании ассортимента. Отлаженная система поставок через приемлемые для торговли каналы распределения, ритмичность доставки в нужные сроки и в необходимом объеме облегчают работу по формированию ассортимента, обеспечивают предпочтение закупок товаров, для которых имеется налаженная сис-

тема сбыта. Этим отличаются многие зарубежные или совместные фирмы, имеющие четко функционирующие каналы распределения товаров.

Методы стимулирования сбыта и формирования спроса, в частности рекламная поддержка товаров, в условиях насыщенного рынка также влияют на формирование ассортимента.

Материально-техническая база торговой организации оказывает определенное воздействие на формирование ассортимента. Если у фирмы отсутствуют склады, обеспечивающие сохранность товаров в надлежащих условиях, или площади торгового зала для выкладки товаров сложного либо развернутого ассортимента, организация не должна и планировать формирование такого ассортимента.

Сегмент потребителей, на который выходит торговая организация, определяет ассортимент товаров по уровню качества и цен (дорогие высококачественные или дешевые низкокачественные товары). На формирование ассортимента могут влиять национальные, религиозные и индивидуальные запросы потребителей.

Таким образом, формирование ассортимента формируется в три этапа. Факторы, влияющие на формирование ассортимента торговой организации подразделяются на общие и специфические. Правильно сформированный ассортимент торговой организации является не только важным фактором, определяющим его прибыль, но и условием успешной реализации товаров.

Источники

1. Формирование ассортимента товаров на торговых предприятиях [Электронный ресурс] // TORGOLYAN.INFO. — Режим доступа: <http://torgolya.info/torgovye-kompanii/formirovaniye-assortimenta.html>. — Дата доступа: 10.08.2019.
2. Циунчик, О. В. Формирование товарного ассортимента торговой организации / О. В. Циунчик, А. Н. Зоткина // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сб. науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; под общ. ред. И. Л. Акулича. — Минск : А. Н. Вараксин, 2019. — С. 98–101.
3. Николаева, М. А. Теоретические основы товароведения : учеб. для вузов / М. А. Николаева. — М. : Норма, 2014. — 448 с.

A. D. Станкевич

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. Г. Ускевич

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА И ОТРАЖЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ЦИФРОВЫХ АКТИВОВ

Научная статья посвящена исследованию особенностей учета цифровых активов и отражению в учетной политике организации. Освещены основные аспек-

ты Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)», предложены направления совершенствования учета цифровых активов.

Мировая экономика входит в эпоху «цифровизации», и Беларусь здесь не исключение. Свидетельство тому Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики» легализовал статус криптовалюты и операций с ними [1]. Во исполнение п. 14 Декрета № 8 Министерством финансов Республики Беларусь разработан и утвержден Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» (далее — НСБУ № 16), который определил порядок формирования в бухгалтерском учете информации о цифровых знаках (токенах) и обязательствах, возникающих при их размещении в организациях. Стандарт разграничивает порядок принятия к учету токенов по способам получения и предполагаемого назначения (табл. 1).

Таблица 1

Отражение в учете операций с токенами

Содержание операции	Дебет	Кредит
Полученные организацией токены: приобретенные для осуществления удостоверяемых токенами прав; приобретенные для последующей реализации; полученные в качестве вознаграждения за оказанные услуги в соответствии с законодательством (за исключением вознаграждения за верификацию совершения операций в реестре блоков транзакций (блокчейне); поступившие безвозмездно	58, 06 41 58, 06, 41 58, 06, 41	76, 91/1 60, 90/7 62 91/1
Возникшие (добытые) в результате деятельности по майнингу или полученные в качестве вознаграждения за верификацию совершения операций в реестре блоков транзакций (блокчейне)	43	20
Стоймость денежных средств, электронных денег, токенов другого вида, привлеченных от первых владельцев в результате размещения собственных токенов (в зависимости от срока обращения токенов — менее или более 12 месяцев с даты их размещения)	06, 58, 41, 51, 52, 55	66, 67
Сумма обязательств, возникающих при безвозмездной передаче собственных токенов.	90/10	66, 67

Признание токенов прекращается в связи с прекращением прав организации на получение удостоверяемых токенами объектов гражданских прав, отчуждением их другому лицу и по иным основаниям, установленным законодательством. В бухгалтерском учете прекращение признания обязательств, возникающих при размещении токенов в организации, отражается записями, представленными в табл. 2.

Таблица 2

Отражение в учете прекращения признания обязательств

Содержание операции	Дебет	Кредит
Отражается стоимость полученных организацией активов при прекращении признания токенов в связи с прекращением прав организации на получение удостоверяемых токенами объектов гражданских прав	41, 51, 52, 55 и др.	06, 58
Отражается разница между стоимостью токенов, числящихся в бухгалтерском учете на дату прекращения их признания, и стоимостью полученных активов	91/1 (06, 58)	06, 58 (91/1)
Списание первоначальной стоимости токенов при прекращении их признания в связи с отчуждением другому лицу	90/4 91/4	41, 43 06, 58
Отражается доход от реализации токенов: учитываемых на счетах 41, 43; учитываемых на счетах 06, 58	62 62	90/1 91/1
Восстанавливаются суммы ранее созданных резервов: при прекращении признания токенов, учитываемых на счетах 41, 43; прекращении признания токенов, учитываемых на счетах 06, 58	14 06, 59	90/7 91/1

В совершенствование учета операций с цифровыми активами считаем целесообразным вести обособленный учет токенов и обязательств, возникающих по ним. Для этих целей целесообразно открывать отдельные субсчета к счетам учета цифровых активов. Например, к счету 41 «Товары» выделить субсчет «Токены», счету 06 «Долгосрочные финансовые вложения» — 06/4 «Криптовалюта (токен)» и т.д.

В соответствии с положениями НСБУ № 16 результаты операций с токенами следует отражать в бухгалтерском балансе, отчете о прибылях и убытках, а также в остальных формах отчетности в том же порядке, что и с иными активами, обязательствами, доходами и расходами. Все особенности рассматриваемых операций будут отмечаться только в Примечаниях к бухгалтерской отчетности. Соответствующие поправки внесены в Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность», утвержденный постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 12.12.2016 г. № 104, и Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Консолидированная бухгалтерская отчетность», утвержденный постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.06.2014 г. № 46.

Так, организации, совершающие хозяйствственные операции с использованием токенов, в примечаниях к бухгалтерской отчетности должны раскрывать следующую информацию:

- состав токенов по их видам на конец предыдущего года и отчетного периода;

- первоначальную стоимость токенов, показанных в бухгалтерской отчетности по чистой стоимости реализации, на конец предыдущего года и отчетного периода;
- суммы резервов под снижение стоимости токенов на конец предыдущего года и отчетного периода, суммы таких резервов, созданных в отчетном периоде, с выделением сумм увеличения созданных в предыдущих периодах резервов, суммы восстановленных в отчетном периоде резервов, а также обстоятельства, обусловившие восстановление данных резервов в отчетном периоде;
- суммы обязательств, возникших при размещении собственных токенов перед владельцами этих токенов, на конец предыдущего года и отчетного периода (п. 54 НСБУ № 104).

Аналогично информация должна отражаться в примечаниях к консолидированной бухгалтерской отчетности.

Таким образом, Республика Беларусь становится первой в мире юрисдикцией с комплексным правовым регулированием бизнесов на основе технологии блокчейн. Декрет № 8 не предполагает никаких ограничений и специальных требований к операциям по созданию, размещению, хранению, отчуждению, обмену токенов, а также деятельности операторов криптовалют и операторов обмена криптовалют.

Источники

1. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. — Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrja-2017-g-17716/. — Дата доступа: 10.09.2019.

2. Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» и внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 6 марта 2018 г., № 16 // Министерство финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_060318_16.pdf. — Дата доступа: 10.09.2019.

Н. С. Столяров, А. А. Прокофьев

Научный руководитель — кандидат исторических наук В. В. Стариченок

БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННОСТЬ: СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Статья посвящена вопросу становления и развития белорусской государственности на современном этапе. В статье раскрыты специфика позиционирования Беларуси на международной арене, влияние политических и географических

факторов на внешнюю политику Республики Беларусь, выделены факторы стратегического курса страны и их роль в укреплении государственного суверенитета.

Геополитическое положение Беларуси является ключевым для понимания обстоятельств становления и развития белорусской государственности. Положение страны между разными центрами силы делало крайне непростым исторический путь белорусского народа. «Белорусские земли, — констатируется в первом томе «Истории белорусской государственности», — находясь в географическом центре Европы, на цивилизационном разломе и важном политическом перекрестке, неоднократно становились ареной кровопролитного противостояния. Иногда даже биологическое существование белорусского народа ставилось под угрозу» [1, с. 4]. Формой сохранения собственной идентичности стала, по словам белорусского ученого Ю.В. Шевцова, «культура унии», которая определяла специфику взаимодействия белорусских земель с соседями [2, с. 66]. Сначала земли Беларуси находились в унии с Польшей, а в XVIII в. они были поглощены Российской империей. Будучи в составе Российской империи и Советского Союза Беларусь достаточно плотно интегрировалась в восточный мир.

Оформившись как полноправный и самостоятельный член международного сообщества, молодая республика обрела свое видение геополитической картины мирового устройства и посчитала стратегически важным сохранение и укрепление политических и экономических связей на постсоветском пространстве, прежде всего с Российской Федерацией. Курс на евразийскую интеграцию воплощен участием Беларуси в ряде интеграционных объединений: Содружество Независимых Государств, Союзное государство, Организация договора о коллективной безопасности, Евразийский экономический союз. Белорусское государство вкладывает огромные силы в укрепление этих проектов.

Концептуальные основы белорусской внешней политики сводятся к ряду элементов. Во-первых, это многовекторность. В последней редакции Концепции национальной безопасности Республики Беларусь (2010 г.) подчеркивается стремление республики к развитию равного сотрудничества со всеми областями мира: «прагматичное взаимодействие с мировыми центрами силы, основанное на эффективной многосторонней и многовекторной дипломатии, стратегическом партнерстве и особых отношениях с дружественными государствами, равноправном взаимодействии и взаимном учете интересов» [3]. В Законе «Основные направления внутренней и внешней политики Республики Беларусь» констатируется необходимость совершенствования государственной внешнеэкономической политики на основе многовекторности, сложившегося международного разделения труда и рынков товаров (работ, услуг) [4].

Дополняет многовекторность стратегия равной приближенности, впервые сформулированная на IV Всебелорусском народном собрании, которое состоялось 6–7 декабря 2010 г. Стратегия нацелена на снижение напряжен-

ности между соседями и на необходимость построения добрососедских отношений и с европейским миром, исключив всякую ситуацию конфликтности в регионе. Третьей основой внешнеполитической доктрины республики является концепция «интеграции интеграций», сформулированная в 2011 г. Данное направление предполагает долгосрочное построение кооперации между разными интеграционными объединениями на всем пространстве Евразии.

С одной стороны, Беларусь проводит стратегическую линию на укрепление взаимодействия с Россией. На основе внешнеполитического обзора МИД Беларуси по итогам 2018 г. можно говорить об особом стратегическом характере отношений Минска с Москвой [5]. С другой стороны, белорусская внешнеполитическая модель ставит целью наладить диалог между Западом и Востоком, стать связующим звеном между Европой и Азией. Будучи много раз ареной боевых действий Беларусь хочет сохранить мир на земле и у соседей и уберечь жителей региона от войны. Выдвинутая Александром Лукашенко 5 июля 2017 г. на пленарном заседании 26-й ежегодной сессии Парламентской ассамблеи ОБСЕ инициатива Хельсинки-2 призвана сформировать новую систему безопасности [6]. Несомненно, Беларусь в таком случае, с одной стороны, приобретает статус донора безопасности в Восточной Европе, с другой стороны, укрепляет свою субъектность в качестве суверенного и независимого государства.

Таким образом, в то время как соседние с Беларусью государства (страны Балтии, Польша и Украина) выстраивают собственную субъектность, проецируя «логику обособления» в отношении России, Беларусь поступила иначе и выбрала «логику союза» [7]. В Минске не хотят разрушать фундамент, удерживающий Беларусь векторе евразийского, а не европейского мира, и быть втянутыми в орбиту влияния Запада. При этом во многих вещах Беларусь отличается и от России, и от Запада. Это касается и степени государственного присутствия в экономике, и избирательной системы, и государственного управления. В такой ситуации особенно остро стоит вопрос о глубине интеграционных процессов. Но и здесь ключевым для Беларуси является сохранение государственного суверенитета, который является краеугольным камнем белорусской внешней политики.

Источники

1. История белорусской государственности : в 5 т. / А. А. Коваленя [и др.] ; Нац. акад. наук Беларуси ; Ин-т истории. — Минск : Беларус. наука. — Т. 1. — 598 с.
2. Шевцов, Ю. В. Объединенная нация. Феномен Беларуси / Ю. В. Шевцов. — М. : Европа, 2005. — 256 с.
3. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь, 9 нояб. 2010 г., № 575. — Минск, 2010. — 26 с.
4. Об утверждении Основных направлений внутренней и внешней политики Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 14 нояб. 2005 г., № 60-З : принят Палатой представителей 5 окт. 2005 г. : одобр. Советом Респ. 27 окт. 2005 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим

доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10500060>. — Дата доступа: 01.10.2019.

5. Обзор итогов внешней политики Республики Беларусь и деятельности Министерства иностранных дел в 2018 году [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://mfa.gov.by/publication/reports/b7fe6b330b96c9b7.html>. — Дата доступа: 17.03.2019.

6. Выступление на пленарном заседании, посвященном торжественному открытию 26-й ежегодной сессии ПА ОБСЕ [Электронный ресурс] // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. — Режим доступа: http://president.gov.by/ru/news_ru/view/plenarnoe-zasedanie-posvjaschennoe-torzhestvennomu-otkrytiju-26-j-ezhegodnoj-sessii-pa-obse-16612. — Дата доступа: 01.10.2019.

7. Стариченок, В. В. Внешняя политика Республики Беларусь: от логики обособления к логике союза / В. В. Стариченок // Белорус. истор. обзор. — 2019. — № 1. — С. 129–140.

K. A. Татарникова

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. А. Артемьева

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В исследовании представлены современные тенденции развития рынка банковских услуг в отдельных европейских странах и в Республике Беларусь, разработаны предложения по совершенствованию банковских услуг отечественных банков.

В современных условиях деятельности банков Республики Беларусь наблюдается значительный рост конкуренции. Поэтому актуальным является изучение услуг отечественных и зарубежных банков и перспектив их развития.

Субъектами рынка банковских услуг в Республике Беларусь являются Национальный банк, банки, небанковские кредитно-финансовые организации, клиенты банка [1]. В настоящее время существует объективная потребность как клиентов, так и банков в разработке новых банковских услуг и продуктов. Исследование зарубежных источников выявило следующие современные тенденции развития европейского рынка банковских услуг:

- использование стратегий многоканального обслуживания физических лиц — предоставление стандартных услуг в комбинации с современными мультимедийными формами их сбыта на основе развития информационных технологий, что обеспечивает современные потребности клиентов и при достижении определенных объемов операций снижает стоимость данных услуг. Примером этой тенденции является интернет-банкинг, который предоставляет возможность клиенту осуществлять различные операции самостоятельно и удаленно, а также обеспечивает работу 24/7;

- переход от оказания отдельных видов услуг к комплексному обслуживанию клиентов, что повышает лояльность и удовлетворенность клиентов;
- расширение спектра банковских услуг и повышение их качества, что способствует росту клиентской базы и доходов банка [2].

Рассмотрим инновационные банковские услуги иностранных банков на примере АО «Альфа-Банк» (Российская Федерация) и Metro Bank (Великобритания).

АО «Альфа-Банк» совместно с S7 Airlines первым в России провел сделку-аккредитив через блокчейн с использованием смарт-контрактов. В целом полное оформление сделки с аккредитивом занимало порядка 10 рабочих дней. Однако АО «Альфа-Банк» этот срок существенно сократил. В пилотной версии нового продукта блокчейн фиксирует каждый шаг сделки: заявку на аккредитив, рассмотрение заявки в банке, выпуск аккредитива, резервирование денег для сделки, получение документов о поставке, выплата поставщику, раскрытие аккредитива. В результате процесс сокращается с 10 дней до 4 часов. Технология базируется на публичной сети Ethereum, которая сделана специально для смарт-контрактов. Все участники сделки в реальном времени могут видеть то, что происходит. Не только через систему интернет-банка, но и в публичной сети, доступ к которой есть у любого человека в мире. Исключается подделка, подлог, любая непрозрачность. При этом для банка происходит существенное снижение издержек [3].

В Metro Bank пользуется спросом продукт «Лучший друг человека». Он заключается в том, что при предъявлении чека из приюта для собак (как подтверждение о наличии у человека животного из приюта), клиенту выдается вознаграждение в размере до 105 (при минимальном остатке на счете в 100). Это сопровождается разрешением входить в помещение банка с собаками, а также возможностью напоить и накормить животное в отделениях банка [4].

Банки Республики Беларусь также активно внедряют современные банковские технологии. Например, ОАО «Белгазпромбанк» для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей ввел услугу «on-line кредит», предоставляя возможность получить кредит, не посещая банк. При этом ставка по данному кредиту периодически снижается. Так, последнее снижение привело к тому, что теперь этот продукт доступен под 16 % годовых [5].

Следует также обратить внимание на важность повышения эффективности продаж банковских услуг. К современным стратегиям продаж банковских услуг и продуктов относятся:

- универсализация подходов банка при оказании услуг физическим лицам в рамках многоканальной стратегии продаж. Внедрение новых мультимедийных каналов продаж позволит повысить имидж банка и обеспечить динамичное развитие банка в долгосрочной перспективе;
- развитие комплексного обслуживания. Данная стратегия предполагает определение и формирование такого набора банковских услуг, который полностью удовлетворял бы потребности клиента, гарантируя процесс наилучшего взаимодействия с ним;

- стратегия перевода значительной части клиентов на самообслуживание, что может обеспечить банку получение дополнительных возможностей для продажи банковских услуг и привлечения новых клиентов банка; сокращение традиционных затрат на содержание персонала; расширение спектра розничных банковских услуг и повышение их качества и оперативность внедрения новых услуг.

Итак, основными направлениями развития банковских услуг в Республике Беларусь должны быть: расширение спектра банковских услуг и повышение их качества; рост стандартизации и автоматизации процесса оказания банковских услуг; разработка современных стратегий продаж.

Источники

1. Банковский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 25 окт. 2000 г., № 441-З : принят Палатой представителей 3 окт. 2000 г. : одобр. Советом Респ. 12 окт. 2000 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2018 г. // Кодексы Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://kodeksy.by/bankovskiy-kodeks>. — Дата доступа: 04.10.2019.
2. Шестак, О. Н. Розничный бизнес банка : учеб. пособие / О. Н. Шестак, Л. П. Левченко. — Минск : Выш. шк., 2014. — 143 с.
3. Альфа-Банк и S7 Airlines впервые в России провели сделку с использованием блокчейн [Электронный ресурс] // Корпоративный сайт АО «Альфа-Банк». — Режим доступа: <https://alfabank.ru/press/news/2016/12/21/37627.html>. — Дата доступа: 06.10.2019.
4. Metro Bank's official doggie treat revealed! [Electronic resource] // Metro Bank. — Mode of access: <https://www.metrobankonline.co.uk/about-us/press-releases/news/metro-banks-official-doggie-treat-revealed/>. — Data of access: 05.10.2019.
5. Корпоративный сайт ОАО «Белгазпромбанк» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belгазпромбанк.бy>. — Дата доступа: 04.10.2019.

A. A. Тимощенко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. В. Буховец

ЭФФЕКТИВНОСТЬ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

В работе представлены результаты оценки эффективности функционирования банковской системы Республики Беларусь с применением двух методов: традиционного, основанного на анализе количественных и качественных показателей, и метода оболочечного анализа данных (DEA). Рассмотрены основные направления повышения эффективности банковской системы, предусмотренные Стратегией институционального развития Национального банка Республики Беларусь на 2017–2020 годы.

Развитие банковских систем большинства стран в последнее время происходит в условиях кризисных явлений мировой финансовой системы. Банковская система Республики Беларусь в данном отношении не является исключением. Кризисы и потрясения глобального масштаба в первую очередь сказываются на эффективности банковской системы страны. Банковская система, выполняя свои функции, служит связующим механизмом с другими секторами экономики, поэтому снижение эффективности ее функционирования нарушает эффективное развитие всего государства в целом.

Для Беларуси очень велика роль банковской системы в экономике, поскольку на нее возлагаются такие значимые функции, как перераспределение и мобилизация капитала, регулирование и опосредование денежных и товарных потоков и др. Поскольку в настоящее время совершенствование банковской системы выступает значимым фактором реального функционирования рыночного механизма, а эффективность функционирования банковского сектора стала неотъемлемой составляющей сбалансированного функционирования всей страны в целом, то исследование проблем эффективности белорусской банковской системы и поиск путей ее повышения в период разрешения кризисных явлений в мировой экономике являются очень актуальными [1].

Анализ и оценка эффективности банковского сектора Республики Беларусь в данном исследовании проводилась при помощи двух методов: традиционного, предполагающего анализ основных количественных и качественных показателей, характеризующих эффективность функционирования банков; и метода оболочечного анализа данных Data Envelopment Analysis (DEA), предполагающего нахождение индивидуальных для каждого банка оценок, проведение для них сравнительного анализа, а также определение уровня эффективности всей банковской системы в целом. Применение метода DEA было обусловлено невозможностью оценить всесторонне эффективность работы банковского сектора, используя только абсолютные и относительные показатели.

При использовании традиционного подхода были выбраны и проанализированы такие показатели, как чистая прибыль, рентабельность активов и капитала, разница между рентабельностью капитала и активов, а также изменение во времени данных показателей. В результате были выявлены наиболее и наименее эффективные банки. В III квартале 2018 г. наиболее эффективными по совокупности рассмотренных показателей оказались Статусбанк, Банк ВТБ, Белинвестбанк, Банк Дабрабыт, МТБанк. В результате многоступенчатого CRS-DEA (DEA(Multi-stage)) эффективными были Статусбанк, Банк Дабрабыт, МТБанк, Банк БелВЭБ, Белгазпромбанк, ТК-Банк, БТА Банк. Таким образом, 3 банка оказались эффективными одновременно по двум методам: Статусбанк, Банк Дабрабыт, МТБанк.

Наиболее низкая эффективность в рассматриваемом периоде согласно первому методу характерна для таких банков, как РРБ-Банк, ТК-Банк, Технобанк, Паритетбанк, Франсабанк, согласно второму — БСБ-банк, РРБ-Банк,

Паритетбанк, Белагропромбанк, Белинвестбанк. Одновременно по двум методам неэффективными оказались РРБ-Банк и Паритетбанк.

С помощью оболочечного анализа данных (DEA) было выявлено, что в III квартале 2018 г. коэффициент средней эффективности в целом по банковскому сектору составил 0,877 или 87,7 %. Традиционный метод позволил сделать вывод, что банковский сектор в рассматриваемом периоде должен был получить больший объем прибыли, соответствующий наблюдаемому увеличению собственного капитала, что также свидетельствует о недостаточном уровне эффективности.

Согласно результатам первого метода был сделан также вывод о том, что наиболее эффективной является группа банков с преобладающей долей в уставном фонде иностранного капитала, которая наиболее эффективно использует имеющиеся ресурсы, включая привлеченные средства, а также собственный капитал. Данный вывод основан на том, что в рассматриваемом периоде у иностранных банков рост прибыли сопровождался и ростом рентабельности активов и ростом рентабельности капитала. У частных банков активы увеличились в большей степени, чем прибыль, поскольку при росте прибыли произошло одновременное снижение по показателю рентабельности активов. У госбанков не только активы, но и собственный капитал показали большее увеличение, чем прибыль, о чем свидетельствует повышение прибыли, сопровождающееся снижением показателей рентабельности активов и рентабельности капитала. Снижение рентабельности активов частных банков и снижение рентабельности капитала и активов госбанков является проблемой, сказывающейся на эффективности этих групп банков.

Оболочечный анализ данных также показал более высокий уровень эффективности банков с участием иностранного капитала (89,3 %). Частные банки показали результат 87,9 %. Эффективность банков с преобладающей долей в уставном фонде госорганов и юридических лиц составила 82,9 %.

Таким образом, оба метода указали на более высокий уровень эффективности иностранных банков и менее высокий — государственных.

Повышению эффективности функционирования банковского сектора будет способствовать разработка и реализация долгосрочной стратегии развития банковской системы. С этой целью Национальным банком Республики Беларусь была принята Стратегия институционального развития на 2017–2020 годы, в которой впервые были определены миссия, заключающаяся в обеспечении ценовой и финансовой стабильности, а также видение и среднесрочная цель институционального развития Национального банка. На ближайшие годы определены масштабные цели: достичь устойчивости и успешного функционирования, при этом обеспечивая сбалансированность институционального развития по трем основным векторам — доверие, качество и эффективность. Кроме выделенных основных векторов развития значительное внимание уделяется совершенствованию банковского регулирования и надзора, т.е. внедрению международных стандартов надзорной деятельности с целью укрепления взаимодействия банковской надзорной деятельности с надзорной деятельностью других сегментов финансового рынка и т.д.

Достижение поставленных целей, предусмотренных Стратегией, будет обеспечиваться посредством реализации следующих направлений, рассчитанных на среднесрочную перспективу:

- переход от режима монетарного таргетирования к инфляционному таргетированию;
- разработка и создание эффективной институциональной архитектуры финансовой стабильности;
- обеспечение безопасного функционирования банковской системы;
- формирование благоприятных условий для расширения сферы применения цифровых технологий;
- поэтапная либерализация валютных отношений [2].

Реализация указанных направлений будет способствовать повышению эффективности функционирования банковской системы Республики Беларусь.

Источники

1. Тимошенко, А. А. Анализ устойчивости банковской системы Республики Беларусь [Электронный ресурс] / А. А. Тимошенко // Современный менеджмент: проблемы, исследования, перспективы : сб. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3 янв. 2019 г. / Кафедра нац. экон. и гос. упр. фак. экономики и менеджмента Белорус. гос. экон. ун-та. — Электрон. дан. — Минск : Лаб. интеллекта, 2019. — 1 электрон. опт. диск. (CD-ROM). — 450 с. — С. 413–419.

2. Стратегия институционального развития Национального банка Республики Беларусь на 2017–2020 годы [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/today/about/Strategiya-razvitiya-NRB-2017-2020.pdf>. — Дата доступа: 15.09.2019.

Д. А. Хулуп

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. Л. Майборода

НЕОДНОЗНАЧНОСТЬ ВЛИЯНИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА РАЗЛИЧНЫЕ ГРУППЫ СТРАН И ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ

В работе проанализировано неодинаковое влияние глобализации на группы стран, различные по уровню своего развития, на отрасли в пределах одного государства и на группы населения, различающиеся по уровню дохода, рассмотрены причины существующих различий.

Процесс глобализации охватывает все страны мира и все сферы общественной жизни людей, но оказывает разное влияние на высокоразвитые и развивающиеся страны. Безусловно, рыночная экономика устанавливает одинаковые «правила игры» для всех участников, но не обеспечивает одинаковые условия. Выигрывает в глобальной экономике (и занимает главенству-

ющее положение и наиболее прибыльные ниши) сильнейший, а это в большинстве случаев — крупные компании высокоразвитых стран, когда более мелким производствам остаются менее прибыльные и технологически менее сложные направления.

Глобальные процессы проявляют себя на разных уровнях: от межгосударственного до межличностного. В первую очередь остановимся на оценке влияния глобализации на группы стран с различным уровнем технологического развития.

Наиболее негативное влияние глобализации испытывают менее развитые страны, которые участвуют в системе международного разделения труда (МРТ) в качестве поставщиков сырья и производителей трудоемкой продукции. Они становятся уязвимыми из-за зависимости от развития мировых рынков. Порой такие экономики вынуждены передать часть национального суверенитета международным организациям, оказываясь ограниченными в проведении самостоятельной политики.

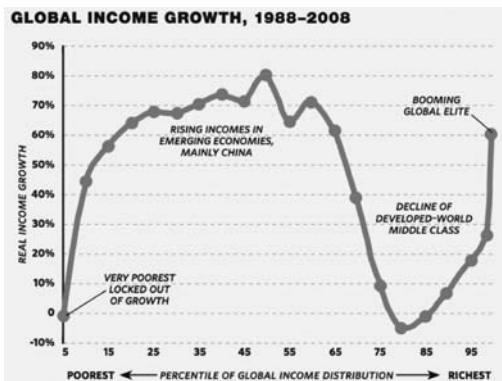
Государства и компании могут становиться лидерами отраслей и получать колоссальные прибыли от производства продукции, обладателями стратегического сырья для которой они не являются. Гана и Кот-д'Ивуар — крупнейшие производители какао-бобов — вместе занимают более 50 % рынка, получая 5,7 млрд дол. экспортной выручки (на 2016 г.), в то время как выручка американской компании «Херши» (крупнейшего в мире производителя шоколада) составила 7,4 млрд дол., хотя какао-деревья в Соединенных Штатах практически не выращиваются [1, 2]. Все дело во владении «нематериальными активами», промышленными ноу-хау, которые привлекают более высокие уровни ПИИ.

Глобализация проявляет себя и на межотраслевом уровне, становясь катализатором развития одних отраслей и ставя под угрозу другие. Учитывая мировую тенденцию транснационализации капитала, одна или несколько стран (обычно обладающих наиболее совершенными технологиями и ресурсами) могут монополизировать отрасль и вытеснить с рынка менее развитые страны с их меньшими по размерам производствами, реализуя эффект масштаба. При таком развитии событий из-за экономической невыгодности в стране может прекратить свое существование целый ряд отраслей, обычно экономически не эффективных, но стратегически важных. В этой ситуации страна-импортер становится чрезвычайно зависимой от стран-поставщиков и в случае прерывания поставок может возникнуть дефицит и серьезный кризис. В качестве примера можно привести проблемы с поставкой российского газа в Евросоюз через территорию Украины вследствие политических проблем.

Несомненно процессы, происходящие на международной арене и даже в пределах одного государства, не могут не оказывать влияния на доходы и жизнь населения. Рассмотрим данное явление более детально.

Страны и компании, находящиеся в авангарде инновационного развития, получают наибольшие выгоды и увеличивают свое богатство, способствуя процветанию людей. Наглядно представить неравенство на современном эта-

пе удалось Бранко Милановичу в его работе: «Глобальное неравенство. Новый подход для эпохи глобализации». Проанализировав данные об изменениях доходов за двадцатилетний период по всему миру, Бранко строит свой график, известный как Elephant Curve или «кривая слона» (см. рисунок) [3].



Elephant Curve или «Кривая слона»

Источник: [4].

Она ранжирует граждан мира с самыми низкими и высокими доходами и показывает, насколько каждая группа увеличила свой доход за двадцатилетний период. График позволяет сделать вывод, что, во-первых, в значительной степени удалось победить глобальную крайнюю бедность. Во-вторых, мировой средний класс быстро рос из-за сближения отдельных развивающихся стран с богатыми. В-третьих, мировой верхний средний класс пережил снижение прироста в доходах практически до нуля в течение двух десятилетий. Зато, наконец, самый богатый 1 % населения благодаря глобализации имел прирост дохода в 50 % с не менее значительной первоначальной точки, сделав данную группу бесспорными победителями.

Глобализация, с одной стороны, способствует концентрации богатства у крупных корпораций и приносит выгоды тем, кто может ими воспользоваться. С другой стороны, она способствует доступу к информации и технологиям все большего числа людей, тем самым сглаживая неравенство и создавая возможности для беднейших слоев населения, которых доныне не существовало.

Обобщая все вышесказанное, глобализация действительно оказывает различное воздействие на разные страны и отрасли экономики. По большей части эти различия объясняются возможностью (или наоборот невозможностью) разрабатывать новые технологические решения, вкладываться в инновации и внедрять их в экономику. Высокоразвитые страны и действующие в их интересах компании максимально эффективно используют такие преимущества глобализации, как выгода от масштаба в результате специализа-

ции и МРТ или возможности использования ресурсного потенциала развивающихся стран при размещении в них производств.

Влияние глобализации не может быть оценено однозначно. МРТ делает богатые и высокоразвитые страны еще богаче, а бедные ставит в зависимость от первых, что ведет к углублению неравенства как на индивидуальном, так и на международном уровне. Кроме того, в разном положении находятся и разные отрасли: очевидно более интенсивное развитие основных экспортных отраслей и менее интенсивное — остальных, порой даже чрезвычайно важных для общества. Потому глубокий анализ всех факторов и поиск решения, обеспечивающего выгоды для всех участников глобального рынка, является чрезвычайно важной задачей, стоящей перед специалистами в XXI в.

Источники

1. The Hershey Company: Annual report [Electronic resource] // Hershey. — Mode of access: https://www.thehersheycompany.com/content/dam/corporate-us/documents/annual-reports/2018_The_Hershey_Company_10_K.pdf. — Date of access: 08.10.2019.
2. The Atlas Of Economic Complexity [Electronic resource]// Center for International Development at Harvard University. — Mode of access: <http://atlas.cid.harvard.edu/>. — Date of access: 08.10.2019.
3. Миланович, Б. Глобальное неравенство. Новый подход для эпохи глобализации / Б. Миланович. — М. : Дело, 2017. — 336 с.

E. Ю. Чемпковская

Научный руководитель — кандидат психологических наук М. В. Сидорова

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ЭКОНОМИСТОВ

Успех профессионального образования зависит от многих факторов, среди которых важную роль играет стиль обучения. Стиль обучения позволяет выявить индивидуальную систему форм, методов, приемов, которые используют обучающиеся в процессе своей деятельности. В данной работе приводятся данные об индивидуальном стиле обучения студентов экономических специальностей.

Проблема организации профессионального образования была объектом исследования многих ученых. Изучением и классификацией стилей обучения занимались такие авторы, как Д. А. Колб, М. А. Холодная, Б. Лу Ливер, П. Хани, А. Мамфорд и др.

Индивидуальный стиль обучения — это свойственные конкретному человеку способы выполнения тех или иных задач, приемы работы, методы обучения, способы усваивания и обработки информации, темп и объем деятельности.

Наибольший интерес в русле нашего исследования вызывает теория Д. Колба, основанная на поэтапном формировании умственных действий. По его мнению, обучение представляет собой цикл, подразумевающий четырех стиля обучения [1]:

1) аккомодативный (материал фиксируется на уровне конкретных впечатлений, обучаются с помощью предметных действий, лучше воспринимают конкретику, склонны к риску и экспериментам, задатки лидера);

2) дивергентный (обучаются посредством синтеза и интеграции, предпочтуют дискуссии, занимаются инновационными концепциями, имеют незаурядное воображение, активны в решении проблем, склонны не доводить до конца поставленные задачи);

3) асимилятивный (усвоение и обработка информации с помощью абстрактного обоснования и рефлексии, акцентируются на логике и последовательном мышлении, способны выдвигать теории и изучать факты, накапливают базу знаний с помощью обработки множества концепций, опираются на мнение экспертов и активны в дискуссиях, хорошо планируют время);

4) конвергентный (информация воспринимается на уровне общих идей с ориентацией на практику, важен принцип работы вещей, предпочитают работать над одной проблемой, развито стратегическое мышление, терпимы к отсутствию конкретики, активны в принятии решений).

На основе этой классификации А. Мамфорд, П. Хани выделили следующие стили обучения: деятельностный, рефлексивный, теоретический и pragmatischeskiy [1]. Исследователи обнаружили, что люди обучаются одним из четырех способов: 1) через опыт; 2) через наблюдение и рефлексию; 3) с помощью абстрактной концептуализации; 4) путем активного экспериментирования — отдавая одному из них предпочтение перед остальными. М. А. Холодная отмечает, что некоторые предпосылки привели ученых к сужению от четырех к двум стилям обучения: 1) деятельностный (главные ориентации: применение знаний и обучение с помощью практики) и аналитический (главные ориентации: теоретическое обоснование и логический анализ) [2].

С целью выявления стилей обучения студентов-экономистов было проведено эмпирическое исследование, в котором приняло участие 45 студентов 1 курса УО «Белорусский государственный экономический университет». Студентам был предложен опросник П. Хонея и А. Мамфорда, базирующийся на модели обучения Д. Колба, для выявления предпочтаемого стиля обучения.

Анализ результатов эмпирического исследования индивидуального стиля обучения студентов показал, что 24,44 % студентов относятся к «Активистам». Это общительные люди, постоянно взаимодействующие с другими, приобретение знаний для них должно осуществляться в активной деятельности. Предпочитают интерактивные методы обучения, дискуссии, дебаты, деловые игры, метод мозгового штурма — все методы, где можно быть в центре внимания, можно высказать свою точку зрения. Активисты любят делиться опытом, самостоятельно мыслить, применять знания, отклик людей, дружественных преподавателей; не любят теоретических докладов.

24,44 % студентов относятся к «Мыслителям». Они анализируют свой собственный опыт, произошедшие в их жизни события, предпочитают находить собственное решение возникающих проблем, уделяют большое внимание сбору и анализу информации. Мыслители не любят методов обучения, требующих быстрого ответа и реакции. Для эффективного обучения им необходима самостоятельная и длительная подготовка. Мыслители предпочитают: разъяснение эксперта, объективно оценивать замыслы, время для размышления; не любят занятий, направленных на реализацию практических задач, и не любят, когда их оценивают другие.

2,4 % студентов относятся к «Теоретикам». Эти обучающиеся решают проблемы на основе формальной логики, планомерно и последовательно, от простого к сложному. В обучении они предпочитают традиционные лекции, семинары, любят графики, таблицы, схемы. Теоретики любят рассматривать теорию на примерах, рассуждать, систематизированные знания; не любят упражнений в группах, самостоятельности, делиться впечатлениями.

Чистых «Прагматиков» обнаружено не было. Это означает, что студенты 1-го курса еще не готовы быстро воплощать в жизнь полученные знания, умения и навыки, не готовы экспериментировать, заниматься проектной деятельностью. Выявлены также смешанные стили обучения: «Мыслители-прагматики» среди студентов составили 4,44 %, «Мыслители-теоретики» — 2,22 %, «Мыслительно-теоретически-прагматический» стиль — 4,44 %, «Активисты-мыслители» — 6,66 %, «Активисты-прагматики» — 2,22 %, «Активист-мыслитель-теоретик-прагматик» — 2,22 %, «Активист-мыслитель-теоретик — 2,22 %, «Активист-теоретик» — 2,22 %. Большинство обследуемых студентов (по 24,44 %, в сумме 44,88 %) относятся к «Активистам» и «Мыслителям». Меньшинство (2,4 %) относятся к «Теоретикам» и «Прагматикам».

Таким образом, на основании теоретического анализа и эмпирического исследования мы можем сделать следующие выводы. При планировании обучения необходимо учитывать, что в учебной группе присутствуют представители различных стилей обучения. Большее количество активистов и мыслителей говорит о том, что студенты акцентируют внимание на сборе и обработке теоретической информации, а также на использовании интерактивных методов обучения. Обучение студентов должно строиться в соответствии с их индивидуальным стилем, чтобы воздействовать на каждого через специально подобранные методы, средства и приемы обучения, позволяющие людям использовать сильные стороны предпочтаемого ими стиля обучения и компенсировать слабые стороны.

Источники

1. Холодная, М. А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума / М. А. Холодная. — СПб. : Питер, 2004. — 384 с.
2. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. — СПб. : Питер, 2012. — 211 с.

H. A. Черноок

Научный руководитель — доктор экономических наук О. С. Шимова

РОЛЬ КОНЦЕПЦИИ «УМНЫЙ ГОРОД» В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

По оценкам ООН к 2050 г. в городах будет проживать около 60–65 % всего населения планеты. Сама по себе эта цифра не является тревожным сигналом, а лишь свидетельствует о том, что активная урбанизация продолжается и необходимо учитывать ее беспрецедентные масштабы при принятии решений.

Термин «умный город» появился около 20 лет назад и единого его определения до сих пор нет, однако первоначально значение термина в основном связывали с развитием информационных технологий. Но в последнее время преобразующая сила урбанизации для решения социальных, экономических и экологических проблем была признана и отражена в современной глобальной и региональной политике. Важность городских территорий для достижения Целей устойчивого развития (ЦУР) становится очевидной, если взглянуть на роль, которая им отведена в цели № 11 «Устойчивые города и сообщества» Повестки дня на период до 2030 г. Более того, и в остальных 16 ЦУР уделяется внимание городскому измерению, а 90 из 169 задач устойчивого развития так или иначе касаются городских территорий. В Концепции Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года термин «умный город» упоминается как в контексте общего видения будущего облика страны, так и в контексте основных приоритетов устойчивого развития, решения социальных и экологических проблем. Все это указывает на смещение акцента в понимании и развитии концепции «умных городов» с технологической на устойчивую компоненту. Несмотря на то что концепция умного города все еще предполагает широкое использование новейших технологий во всех сферах городской жизни, на сегодняшний день это лишь средство реализации концепции, а не ее цель. По мнению автора, управление устойчивым развитием, безусловно, является в настоящее время приоритетной задачей для «умных городов». И данная концепция в свою очередь может стать эффективным инструментом достижения устойчивого развития, поскольку в «умных городах» в единую систему интегрируются следующие составляющие: инновационная экономика, соответствующая городская инфраструктура (в том числе направленная на охрану окружающей среды) и управление, «умное» образование, здравоохранение. Тем не менее несмотря на то что данная концепция набирает все большую популярность и имеет неоспоримые достоинства, существующим инициативам в этой области в Беларуси не хватает системности и единой методологии. При разработке проектов «умных городов» необходимо придерживаться комплексного подхода, только в этом случае возможен максимальный эффект от их реализации [1, 2].

Источники

1. Концепция Национальной стратегия устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/ObsugdaemNPA/Kontseptsija-na-sajt.pdf>. — Дата доступа: 10.07.2019.
2. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года // Генеральная Ассамблея ООН. — 2015. — 44 с.

A. A. Чучвал

Научный руководитель — доктор юридических наук Т. С. Таранова

ПРИМЕНЕНИЕ МЕДИАЦИИ В СФЕРЕ ГРАЖДАНСКОЙ ЮРИСДИКЦИИ

В статье рассматриваются вопросы применения медиации в сфере гражданской юрисдикции. На основании анализа действующего законодательства и правоприменимой практики делаются выводы и предложения по совершенствованию законодательства.

На сегодняшний день правовому институту медиации отводится особое место среди альтернативных способов решения формирующихся конфликтов. Разрешение конфликта посредством подобного рода процедур выступает в качестве актуальной части правовой культуры любой страны, специфическим тестом на гражданскую зрелость социума [1].

В настоящее время медиация выступает в роли комплексного межотраслевого института, который непосредственным образом соединяет в себе правовые нормы, которые регулируют правоотношения, сопряженные с урегулированием гражданских (в широком смысле) споров в пределах примирительного процесса. При этом, принимая во внимание, что медиатор не использует право и не обладает правомочиями на вынесение обязательных для сторон решений, медиация выступает в качестве внеюрисдикционной подсистемы единой системы разрешения и урегулирования правовых споров. Медиация является специфическими организационными переговорами с участием медиатора (является нейтральным посредником), который способствует сторонам в выработке взаимовыгодного для всех решения [2]. Подобного рода подход выступает, по нашему мнению, в качестве одного из самых эффективных и рациональных способов восстановления нарушенного субъективного права.

В качестве правовой основы для института медиации на территории Республики Беларусь выступает Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 58-З «О медиации» [3]. В частности, в ст. 2 названного нормативного правового акта предусматривается, что он подлежит применению к процедуре

медиации по спору, который возникает их гражданских правоотношений, в том числе в связи с реализацией предпринимательской и другой экономической (хозяйственной) деятельности, а так же по спорам, которые возникают из семейных и трудовых отношений. Данное законодательное положение свидетельствует о том, что к процедуре медиации могут обращаться как юридические, так и физические лица. В частности, можно отметить, что в настоящее время в экономических судах, которые рассматривают споры между субъектами предпринимательской деятельности, закрепился в общем стабильный процент количества дел, разрешение споров по которым осуществляется с помощью механизма судебного примирения и внесудебной медиации — примерно 15–20 %, а в экономическом суде Гродненской области дел искового производства оканчиваются посредством примирительных процедур [4].

Законом Республики Беларусь «О медиации» [3] закреплено начало использования медиации, как судебной, так и внесудебной. При этом в гражданский процесс стал активным образом внедряться позитивный опыт реализации медиации, который наработан экономическими судами. Сформировано основополагающее правовое поле для использования института медиации на практике. Разработаны и утверждены Правила проведения медиации, Правила этики медиатора, Положение о квалификационной комиссии по вопросам медиации, Типовые правила деятельности организации, которая обеспечивает проведение медиации [2]. По нашему мнению, по истечении шести лет «апробирования» принятых правовых норм на практике уже возможно сделать утверждение о наличии конкретных результатов в развитии медиации и внедрении медиации в разные области правовых отношений.

Однако в данной сфере остается актуальным ряд нерешенных правовых проблем. В частности, к примеру, в гл. 15 Гражданского процессуального кодекса Республики Беларусь (далее — ГПК) [5] не закреплены специальные нормы, которые посвящены специфике распределения судебных расходов в случае заключения медиативного соглашения. Для стимулирования развития медиации, по нашему мнению, нужно проработать и включить в ГПК положения о порядке распределения судебных расходов между сторонами в подобной ситуации. При этом представляется наиболее целесообразным применение механизма взаимного погашения сторонами судебных расходов, а также возврата оплаченной государственной пошлины.

В целях использования дополнительных возможностей для сохранении семьи предлагается предусмотреть обязательность супругов в процессе регистрации расторжения брака в органах ЗАГСа в соответствии со ст. 35 Кодекса Республики Беларусь о браке и семье [6], обратиться к медиатору на стадии подачи заявления на расторжение брака. Для этого в органах ЗАГСа необходимо разместить информацию об организациях, которые обеспечивают производство медиации.

Источники

1. Калашникова, С. И. Медиация в сфере гражданской юрисдикции [Электронный ресурс] / С. И. Калашникова // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
2. Гуйвик, Н. В. Перспективы нормативной регламентации института медиации в национальном законодательстве [Электронный ресурс] / Н. В. Гуйвик // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
3. О медиации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 58-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
4. Кобец, Ю. В. Развитие медиации в Республике Беларусь: опыт экономических судов [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
5. Гражданский процессуальный кодекс [Электронный ресурс] : 11 янв. 1999 г., № 238-З : принят Палатой представителей Респ. Беларусь 10 дек. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 18 дек. 1998 г.: в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
6. Кодекс Республики Беларусь о браке и семье [Электронный ресурс] : 9 июля 1999 г., № 278-З : принят Палатой представителей 3 июня 1999 г. : одобрен Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

A. П. Шпадарук, Н. О. Худоербекова

Научный руководитель — кандидат экономических наук А. А. Кравченко

ТЕСТИРОВАНИЕ УСОВЕРШЕНСТВОВАННЫХ ТЕКСТОВ FINGRAMOTA.BY НА ПОВЫШЕНИЕ ОСВОЕНИЯ МАТЕРИАЛА

В статье рассмотрены результаты проведенного эксперимента по повышению результативности мероприятий финансовой грамотности через опрос респондентов и измерение результатов. Тестирование позволило выявить более продуктивные методики работы с текстами.

Центром популяризации экономической науки и поведенческих исследований MeMicroMacro было проведено исследование по повышению финансовой грамотности населения на примере текстов «Инфляция» и «Выбираем кредит», которое состояло из нескольких этапов.

На первом этапе студенты — участники центра были разделены на три команды, каждая из которых составила тексты в соответствии с выбранными критериями. Второй этап включал в себя составление анкеты, содержащей вопросы по текстам, и проведение опроса. Каждый респондент получил текст как по инфляции, так и по кредиту, составленный одной из трех команд. Комбинации текстов составлялись случайным образом, каждый текст получили примерно одинаковое количество человек.

В результате тестирования было опрошено 216 человек в возрасте от 17 до 68 лет. Среди опрашиваемых присутствовали как студенты, так и работники государственного и частного секторов. При этом около 40 % респондентов имели неэкономическое образование.

Для того чтобы оценить, как тексты каждой из команд повлияли на понимание выбранных тем, была сформирована контрольная группа, участники которой не читали ни один из текстов, но прошли тестирование по той же анкете, что и остальные.

Результаты проведенного тестирования представлены в виде диаграммы (см. рисунок), где каждый из столбцов показывает долю правильных ответов по каждому из текстов (либо результаты контрольной группы). Следует отметить, что тексты каждой из команд положительно повлияли на понимание рассмотренных тем, но лучше всего с анкетой справились респонденты, которые изучили тексты «Инфляция» команды № 3 и «Выбираем кредит» команды № 2. Этому поспособствовало использование доступных примеров и иллюстраций, а также структурирование текстов с использованием списков и подразделов.



Источник: собственная разработка.

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Для повышения финансовой грамотности населения важно уделять внимание отслеживанию результативности проводимых мероприятий и предлагаемых материалов. Именно тестирование целевых групп на понятность, усвоение материала способно выявить продуктивные подходы и совершенствовать деятельность в этом направлении.

В. В. Юницкий, М. В. Авраменко
Научный руководитель — Е. В. Кудасова

ПРИМЕНЕНИЕ СЕМИСТУПЕНЧАТОЙ МОДЕЛИ СЕГМЕНТАЦИИ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ

В работе представлена модель сегментирования рынка Дойла и Сондерса, состоящая из семи этапов. Филипп Котлер в своей книге «10 смертных грехов маркетинга» одной из основных ошибок компаний, не позволяющих им достичь успеха в маркетинговой деятельности, называет неправильное сегментирование рынка. Применение семиступенчатой модели позволит белорусским компаниям избежать данной ошибки, правильно определять целевой рынок и разрабатывать эффективное позиционирование.

Отличительной особенностью семиступенчатой модели Дойла и Сондерса (см. рисунок) является сегментирование рынка, прежде всего на основе необходимых клиентам преимуществах продукта (искомых выгодах).

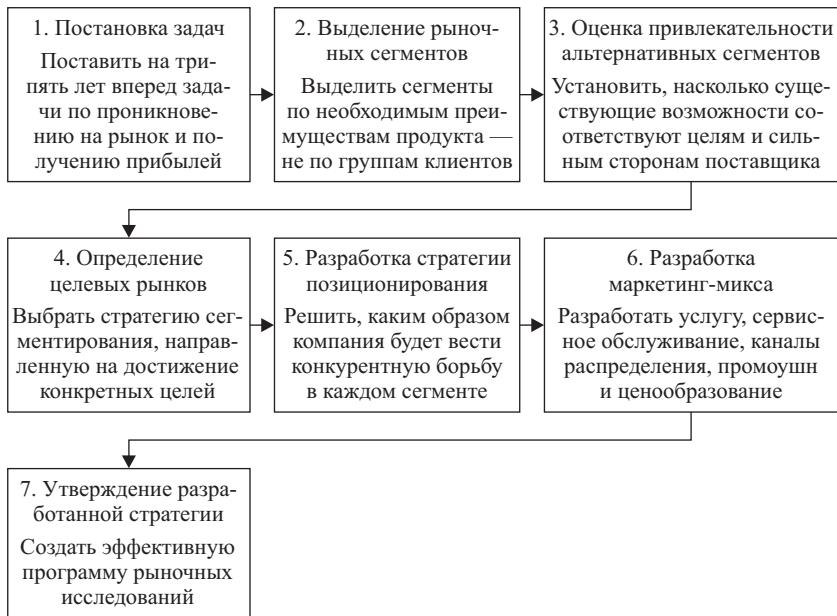
Этапы семиступенчатой модели представлены ниже.

1. Постановка задач.

Когда компания выходит на новый рынок, в связи с чем требуется поставить точные, количественные, реалистичные рыночные и финансовые цели, руководство нередко переоценивает свою способность бороться с конкурентами. В условиях высокой конкуренции компании могут достичь большего успеха, используя сопряженную с меньшим риском стратегию, нацеленную на освоение ниши, не занятую конкурентами.

2. Выделение рыночных сегментов.

На рынках B2B продажи больше зависят от преимуществ продукта и его конечного использования, чем от психологических и социально-экономических характеристик покупателя. Для удовлетворения своих разнообразных потребностей и достижения целей b-2-b-клиент нередко приобретает у различных поставщиков разные специализированные продукты. Вследствие этого сегментирование прежде всего по преимуществам продукта часто оказывается наиболее целесообразным. Компания Apple Computer смогла в 1986–1987 гг. вернуть себе прежнее положение благодаря применению



Семиступенчатая модель сегментирования рынка и позиционирования продукта

Источник: [1].

данного подхода. Она вывела на бизнес-рынок настольную издательскую систему Macintosh и перестала «держаться» за рынки школьных и домашних ПК, как за свои основные целевые рынки. Такой тип анализа позволяет лучше понять ожидания рынка и построить новое позиционирование продукта.

3. Оценка привлекательности альтернативных сегментов.

После выявления сегментов руководству следует оценить возможности, предлагаемые каждым из них. Выбор сегмента инициирует разработку стратегии конкурентной борьбы, которая в будущем может привести к самым различным организационным последствиям. К этому выбору не следует подходить легкомысленно: от него иногда зависит будущее компании.

4. Определение целевых рынков.

У крупных международных компаний есть возможность действовать во многих рыночных сегментах, однако большинству тех, кто еще только выходит на рынок, приходится выбирать один или несколько его сегментов.

Ограниченные финансовые возможности препятствуют ведению широкомасштабной деятельности, которая может истощить ресурсы компаний и привести к ее продаже. Число сегментов, определяющих целевой рынок компаний, должно соответствовать ее маркетинговым целям.

5. Разработка стратегии позиционирования.

Определив целевой рынок, руководство должно определить, каким образом будет осуществляться конкурентная борьба. Для достижения успеха необходима надежная стратегия, отличная от стратегий конкурентов. Для разработки эффективного позиционирования необходимо провести соответствующие маркетинговые исследования. Необходимо изучить потребности целевого рынка, предложения конкурентов, провести сравнительный анализ предложения компании и основных конкурентов с целью выявления своих конкурентных преимуществ. На основе выявленных преимуществ следует разрабатывать уникальное торговое предложение компании.

6. Разработка маркетинг-микса.

Определив позиционирование, компаниям следует разработать соответствующий маркетинг-микс. Для этого необходимо принять согласованные решения относительно товарной политики, стратегии ценообразования, политики продвижения и каналов распределения.

7. Утверждение разработанной стратегии.

Успех или неудача продукта на рынке во многом определяется тем, насколько правильно было проведено сегментирование рынка, определено позиционирование товара и выбрана маркетинговая стратегия. Для оценки эффективности выбранной стратегии необходимо проводить соответствующие маркетинговые исследования и в случае необходимости корректировать выбранную стратегию.

Таким образом, применение семиступенчатой модели сегментирования рынка позволит белорусским компаниям повысить эффективность маркетинговой деятельности в условиях высокой конкуренции. Для достижения данной цели компаниям необходимо:

- правильно выбрать целевой рынок, прежде всего на основе искомых выгод от применения товара (услуги);
- разработать эффективное позиционирование;
- определить наилучшую маркетинговую стратегию;
- разработать соответствующий маркетинговый комплекс.

Источники

1. Браерти, Э. Бизнес-маркетинг / Э. Браерти, Р. Эклс, Р. Ридер. — М. : Издат. Дом Гребенникова, 2007. — С. 230–260.

2. Kasturi Rangan, V. Segmenting Customers in Mature Industrial Markets / V. Rangan Kasturi, Rowland T. Moriarity, Gordon S. Swartz // J. of Marketing. — 1992. — Oct. — P. 72–82.

ЦИФРОВАЯ ЛОГИСТИКА: СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ И ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ

В работе рассмотрено содержание понятия «цифровая логистика», представлены основные подходы к его определению, сформулированные по результатам теоретического анализа литературных источников. Авторами выделены и изучены особенности цифровой логистики, проведен их сравнительный анализ с классической логистикой.

Логистика как направление научной мысли ныне находится в состоянии, когда количество накопленного научного материала достигло уровня, при котором необходим переход на новую, более высокую ступень развития. Это эпоха, когда динамичные и фундаментальные изменения формируют логистические операции и стратегию в лучшую сторону. Коммуникационный и коллективный потенциал Интернета, каким мы его знаем сегодня, улучшают логистические стратегии, процессы и системы. Новая парадигма в логистике поможет сэкономить миллионы долларов на эксплуатационных затратах, добиться лучшей интеграции цепочки поставок и усилить влияние на рынке за счет ориентации на клиента. Интернет помогает в огромном увеличении скорости цепочки поставок и сокращении затрат благодаря обмену информацией и синхронизации логистики среди всех партнеров в цепочке поставок. Эта преобразованная логистика называется цифровой логистикой. Она использует множество веб-приложений и корпоративных логистических приложений для совместной работы и оптимизации, а также центральную логистическую информационную систему для обеспечения прозрачности всего предприятия и расширенной цепочки поставок.

Проведенный анализ литературных источников (табл. 1) показал, что среди ученых встречаются два непротиворечивых подхода к пониманию цифровой логистики в широком и узком смысле слова. В первом случае цифровая логистика является обеспечивающей подсистемой. Объекты ее изучения — цифровые потоки, сопутствующие экономическому потоку или заменяющие его, а основная цель — обеспечение требуемого формата функционирования логистической системы (устойчивости, эффективности и др.). Во втором случае цифровая логистика сама является системой, обеспечивающей цифровизацию планируемого проекта в целом.

Цифровая логистика затрагивает не только информационное поле систем, обеспечивавших движение материальных потоков и управления сбалансированным развитием инфраструктуры различных видов транспорта, но и

Таблица 1

Информационная таблица дефиниций понятия «цифровая логистика»

Автор	Определение
И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова	Цифровая логистика — единая товаропроводящая система, в которой организуется опыт информационно-телеинформатической координации экономических потоков в реальных условиях хозяйствования [1]
И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова	Цифровая логистика — часть логистических функций и операций, в которых прошли цифровые преобразования с использованием информационно-коммуникационных технологий [1]
Г. В. Бубнова, Б. А. Левин	Цифровая логистика — новый вид логистики, конкретно рассматривающий способы стимулирования роста, повышения конкурентоспособности, создания рабочих мест и оптимизации внутреннего рынка с использованием цифровых технологий, особенно для транспортного сектора [2]
В. В. Габбасова	Цифровая логистика — объединение в сеть и интеграцию логистических процессов внутри и вне торговых компаний и производственных мощностей вплоть до децентрализованного контроля в реальном времени логистических сетей [3]
Аналитический Центр при Правительстве Российской Федерации	Цифровая логистика — управление людскими, материальными, информационными и финансовыми потоками на основе их оптимизации для решения задач минимизации затрат с применением современных информационных технологий [4]

систем торгового обмена, производства, управление всеми ключевыми бизнес-процессами транспортно-логистических организаций при организации пассажирских и грузовых перевозок, управлении цепочками поставок.

В качестве основных целей цифровой трансформации логистики можно определить следующие:

- 1) повышение транспортно-транзитного потенциала и внешнеторгового оборота страны;
- 2) внедрение и развитие смешанных (мультимодальных) перевозок;
- 3) обеспечение доступности и качества транспортно-логистических услуг грузовых перевозок;
- 4) обеспечение доступности и качества транспортных услуг для населения в соответствии с социальными стандартами;
- 5) повышение эффективности управления транспортной инфраструктурой;
- 6) создание платформы тарифного регулирования перевозок и оплаты проезда [4].

Рассматривая принципы цифровой логистики, нужно отметить, что основополагающим является принцип единства способа организации научного опыта, который действует в области научного мышления в виде тенденции к общему, совокупному знанию. Также важное значение приобретает принцип гармонии, суть которого заключается в том, что устойчиво развиваются

те логистические системы, внутренние процессы которых не только функционально дополняют друг друга, но и вписываются в процесс изменения внешней среды. В цифровой логистике к принципам такого типа относят:

- глобальный доступ к ресурсам без посредников;
- предоставление ресурсов в аренду;
- использование волонтерской модели [1, с.131].

Цифровые системы обеспечивают управление активами (материалами, транспортными средствами, рабочей силой и т.д.) в течение всего срока их службы, а также позволяют пользователям в режиме реального времени определять местонахождение, доступность и перемещение активов. Пользователи и поставщики могут обмениваться информацией о продуктах и ценах через веб-порталы и таким образом могут оптимально управлять ресурсами. Управление перевозками является одной из основных функций цифровой логистики, которая минимизирует транзитные расходы и максимизирует доставку услуг клиентам. Другая важная функция состоит в управлении складом, который является ключом для каждой цепочки поставок, где все внимание сосредоточено на перемещении и хранении материалов на складе. Системы рынка цифровой логистики используются для создания видимости внутри склада и связанных с ним процессов, таких как обработка заказов, финансовые операции, отгрузка, отправка и сбор. Логистическая информация помогает выявлять критические узкие места и, следовательно, облегчает принятие критических решений.

Сравнительная характеристика классической и цифровой логистики представлена в табл. 2. Таким образом, отличительными чертами цифровой логистики являются существующие и перспективные технологии, такие как блокчейн, криптовалюты, роботизация, омниканальность, нейронные сети, искусственный интеллект, машинное обучение, интернет вещей и др. [5].

Таблица 2

Сравнительная характеристика классической и цифровой логистики

Критерий сравнения	Классическая логистика	Цифровая логистика
1	2	3
Среда протекания логистических процессов	Реальная	Виртуальная
Характер выполнения логистических процессов	Ручной, механизированный, автоматизированный	Автоматический
Носитель информации	Физический (аналоговый)	Электронный (цифровой)
Исполнитель	Человек	Робот
Лицо, принимающее решение	Человек	Искусственный интеллект
Форма сетевого взаимодействия	Интернет людей	Интернет вещей

Окончание табл. 2

1	2	3
Тип ЭВМ	Традиционный компьютер	Квантовый компьютер
Математическая модель логистических вычислений	Традиционные алгоритмы	Нейронная сеть (машинное обучение)
Основной логистический поток	Материальный	Информационный
Маркировка	Штрих-код	RFID
Количество данных (транзакций)	Малые данные	Большие данные
Логистические каналы	Моно- и мультиканальные	Омниканальные
Вид и тип транспорта	Общего пользования (авто, ж/д, авиа, водный, трубопроводный)	Дрон, магнитоплан, беспилотный транспорт
Средства защиты информации	Традиционные средства	Блокчейн
Финансовые ресурсы	Наличные, безналичные	Электронные деньги, криптовалюты

Проведенное исследование показало, что наиболее важными областями в цифровой логистике являются:

- дистрибуция: улучшенные процессы выполнения текущего поколения и технология системы управления складом в реальном времени (WMS).

Цифровая логистика обеспечивает сквозную видимость запасов, заказов и поставок по всей цепочке поставок, что снижает уровень запасов в масштабах сети, максимально повышает удовлетворенность клиентов и динамически реагирует на логистические события. Улучшается видимость показателей производительности, что способствует постоянному повышению эффективности всей системы. Информация доступна онлайн и позволяет пользователям фильтровать информацию и получать всесторонние знания о проблемах, если таковые имеются.

- транспортировка: автоматизированное наращивание грузов, оптимизация входящих и исходящих грузоперевозок и эффективное управление перевозчиками.

С появлением цифровой логистики стало очень легко устранять потери грузов, неправильные доставки и сбои в грузоперевозках. Погодные условия прогнозируются и поставки планируются соответственно. С момента, когда товар забирается со склада до момента, когда он достигает места назначения, весь путь отображается в цифровом виде, в котором нет места для ошибки.

Таким образом, создание цифровой логистики создает ориентированную на клиента логистику, которая обеспечивает долгосрочное конкурентное преимущество и рост бизнеса. Более того, это обеспечивает большую надежность, а прежние способы ведения логистической деятельности вызывают

дополнительное время и затраты. Поэтому цифровая логистика является логистикой будущего, которая позволяет максимизировать эффективность поставок и избежать ошибок, вызываемых человеческим фактором.

Источники

1. Афанасенко, И. Д. Цифровая логистика : учебник / И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова. — М. : КноРус, 2019. — 272 с.
2. Бубнова, Г. В. Цифровая логистика — инновационный механизм развития и эффективного функционирования транспортно-логистических систем и комплексов / Г. В. Бубнова, Б. А. Левин // Intern. J. of Open Information Technologies. — 2017. — Vol. 5, № 3. — P. 73–77.
3. Габбасова, В. В. Логистика будущего [Электронный ресурс] / В. В. Габбасова // Молодой ученый. — 2017. — № 2. — С. 379–382. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/136/38291/>. — Дата доступа: 05.10.2019.
4. Направление Цифровой транспорт и логистика программы Цифровая экономика Российской Федерации [Электронный ресурс] // ЕЭК. — Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/workgroup/Documents/tibo/8.%20%D0%93%D0%B0%D0%BB%D0%BB.pdf>. — Дата доступа: 05.10.2019.
5. Дмитриев, А. В. Современные тенденции развития логистики цифровых платформ / А. В. Дмитриев // Логистика и управление цепями поставок : сб. науч. тр. / под ред. В. В. Щербакова, Е. А. Смирновой. — СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. — Вып. 1 (14). — С. 35–40.

СНИЛ «ITE-skills»

К. Д. Давыденко, Е. Д. Панкевич, Г. В. Садовская, Д. В. Милош

Научный руководитель — кандидат экономических наук К. А. Забродская

ЦИФРОВОЙ БАНК: СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

В статье предложено авторское определение необанка, выявлены основные стадии и модели развития цифровых банков, представлены результаты рейтинговой оценки зарубежных и российских необанков, определены состояние и приоритетные направления развития цифрового банкинга в Республике Беларусь.

В современных условиях построения цифровой экономики активное внедрение финтех-инноваций является одним из ключевых факторов обеспечения инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности банков на финансовом рынке. Цифровая трансформация банковского бизнеса обосновала необходимость адаптировать банковские процессы к существующим технологическим переменам, изучить передовой опыт, усовершенствовать и разработать модели развития цифрового банкинга, позволяющие расширить электронное взаимодействие банков и их клиентов посредством надежных,

эффективных цифровых технологий, обеспечивающих высокий уровень конфиденциальности и информационной безопасности банковских услуг и операций. Недостаточность разработки теоретических и прикладных вопросов развития цифровых банков (необанков) обусловила актуальность темы исследования.

«Необанк как инновационный цифровой банк представляет собой банк, созданный без фактических отделений и функционирующий в виртуальном пространстве, оказывающий услуги комплексного банковского обслуживания в онлайн-режиме с любых мобильных устройств и персональных компьютеров с целью своевременного удовлетворения повседневных финансовых и информационных потребностей клиентов и повышения эффективности банковской деятельности» [1].

В результате исследования были выявлены основные стадии инновационного развития цифровых банков, представленные в табл. 1.

Таблица 1

Стадии инновационного развития цифровых банков

Стадия	Период	Предмет инноваций
Развитие интернет-банкинга	1998–2002 гг.	Цифровой банк 1.0: организация связи по электронной почте, использование баз данных, внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами
Многоканальная интеграция технологий	2003–2008 гг.	Цифровой банк 2.0: организация веб-счетов, оплата счетов в режиме реального времени, использование телефонии и чатов в работе колл-центров, создание хранилищ данных
Внедрение omnicanalных технологий	2009–2014 гг.	Цифровой банк 3.0: взаимная интеграция разрозненных каналов коммуникации в единую систему, разработка полноценных приложений для смартфонов, предоставление видео-сервисов, использование облачных хранилищ данных, применение технологий Больших Данных
Использование Интернета вещей	2015 г. — настоящее время	Цифровой банк 4.0: внедрение цифровых банков и сокращение количества традиционных отделений, взаимная интеграция каналов распределения и связи с клиентами, развитие облачной инфраструктуры, персонализированное предложение услуг

Источник: собственная разработка на основе данных [1, 2].

Построение цифрового банка может осуществляться различными способами, которые определяют необходимость выделения моделей развития цифрового банкинга (табл. 2).

Таблица 2

Модели цифрового банка

Наименование модели	Описание модели	Примеры банков
Модель А — цифровой банковский бренд	Классические банки с огромным количеством унаследованных систем и бизнес-процессов открывают новые бренды с уникальными предложениями и продуктами, созданными специально для более молодого поколения на основе использования сложившейся банковской инфраструктуры	FRANK банк OCBC в Сингапуре; LKXA от CaixaBank в Испании
Модель В — банк с цифровыми каналами	Цифровые банки используют бэк-офис и банковскую лицензию существующих банков и перепродают их продукты через более удобный пользовательский интерфейс	Moven в США; Rocketbank в России
Модель С — цифровой филиал банка	Цифровые банки объединяют два подхода: цифровой пользовательский опыт и новые бизнес-процессы, организуют отдельное подразделение для разработки гибкой и модульной программно-аппаратной части цифрового банка, позволяющей обеспечить лучший клиентский опыт	Hello Bank от BNP Paribas; «Точка», являющаяся филиалом российского банка «Открытие»
Модель D — полностью цифровой банк	Банки строят все свои продукты на цифровых технологиях	Fidor Bank в Германии; «Тинькофф Банк» в России

Источник: собственная разработка на основе [3].

Проведенный системный анализ информационно-аналитических отчетов по развитию цифровых банков [2–4] позволил определить их преимущества (минимизация затрат; выгодные тарифы; рост клиентской базы; более легкое и безопасное утверждение кредита; сосредоточение на кредитовании малого бизнеса) и недостатки (высокий риск кредитного портфеля; отсутствие филиалов; отсутствие страхования вкладов; недостаточность законов в сфере защиты прав клиентов) [1], выявить отличительные особенности необанков: полностью цифровая инфраструктура, низкий уровень комиссий и более высокий уровень клиентского обслуживания и поддержки [2–5].

Для обоснования необходимости изучения лучшего передового опыта и принятия решений по определению перспективных направлений развития цифровых банков сформирована авторская система показателей, характеризующая финансовые продукты и услуги, наличие банковской лицензии и внедрение финтех-инноваций [1]. На основе построенной системы показателей и их значений с помощью системы поддержки принятия решений Assistant Choice построен рейтинг зарубежных и российских необанков. Лидирую-

щие позиции среди зарубежных необанков занимают Starling bank, Monzo и Revolut, среди российских — Тинькофф, Модульбанк и Talkbank.

Полученные результаты исследования позволили выявить конкурентные преимущества необанков и определить приоритетные направления развития цифрового банкинга в Республике Беларусь: расчеты по электронным деньгам и криптовалюте, использование чат-ботов и социальных сетей, применение биометрических и блокчейн технологий.

В настоящее время по данным Национального банка Республики Беларусь выпуск в обращение электронных денег осуществляют следующие банки: ОАО «Белгазпромбанк» («Берлио», «МТС Деньги», V-coin), ОАО «Белинвестбанк» («О!плати»), ОАО «Технобанк» (WebMoney Transfer), ОАО «Паритетбанк» (iPay), ОАО «Банк Дабрабыт» («МТС Деньги»), ЗАО «Банк «Решение» (iPay, QiWIБел), ОАО «БПС-Сбербанк» (ePay), ОАО «АСБ Беларусбанк» и «Приорбанк» ОАО (электронные деньги, доступ к которым обеспечивается посредством предоплаченной карточки, эмитированной в рамках платежной системы MasterCard). Наиболее конкурентоспособной системой расчетов с использованием электронных денег является система WebMoney [6].

Особую актуальность в развитии цифровых банков приобрели криптовалюты, позволяющие упростить процесс проведения платежей. Анализ данных сервиса CoinMap показал, что в Беларуси криптовалютой (биткоином) можно расплатиться в 21 точке, в том числе в Барановичах — установить жалюзи; в Фаниполе — воспользоваться консалтинговыми услугами; в Молодечно — в кафе Mezzanine; в Витебске — приобрести мед, металлоконструкции, арендовать гараж; в Ждановичах — оплатить услуги за создание и продвижение сайта; в Минске — приобрести 3D ручки, розы, дизайнерские изделия для декора, мебель и аксессуары для кухни, воспользоваться услугами MentalMarket, IT-компании Fingers Media, онлайн-магазина FastTech.com, автосервиса, оплатить услуги по проектированию, продаже и установке систем альтернативной энергетики, консалтинговые услуги, выездной ремонт iPhone, посетить кафе Seed City, арендовать квартиру, оплатить покупки в рамках крупной сети по продаже автомобильных шин TyrePlus. В результате исследования были определены четыре основных способа покупки-продажи криптовалюты в Беларуси: через криптобиржу; «с рук»; через электронные деньги; посредством покупки фьючерсов. Сейчас в Беларуси функционируют две собственные криптовалюты — Талер и Bulbacoin. Начала свою деятельность первая в мире регулируемая криптобиржа Currency.com, позволяющая осуществлять покупку-продажу токенизованных биржевых активов, сырьевых товаров, индексов, акций и криптовалют (для инвестирования можно использовать доллары США, евро, белорусские рубли и российские рубли, биткоин или эфириум), а также оказывать компаниям услуги по выпуску ICO и TSO [7].

Популярным инструментом цифровой коммуникации клиента с банком является использование чат-ботов для решения оперативных задач. В настоящее время многие белорусские банки используют чат-боты, интегрирован-

ные с такими мессенджерами, как Telegram, Facebook, Viber, а также используют социальные сети. Согласно данным маркетингового исследования Artox Media Digital Group лидирующие позиции в рейтинге белорусских банков в YouTube занимают ЗАО «Альфа-Банк», ЗАО «МТБанк», ЗАО «Идея Банк»; наиболее активно ведут свою страницу Вконтакте ЗАО «Альфа-Банк», ОАО «БПС-Сбербанк» и ОАО «АСБ Беларусбанк»; по количеству пользователей сообщества в Facebook первое место занимает ОАО «БПС-Сбербанк», второе — ЗАО «МТБанк», третье место — ЗАО «Банк ВТБ». По нашим оценкам рейтинг белорусских банков по использованию цифровых каналов возглавляет Альфа-Банк, БПС-Сбербанк и МТБанк.

Для защиты цифрового банка и минимизации банковских рисков необходимы цифровые технологии информационной безопасности. В белорусских банках широко внедряются биометрические технологии, позволяющие выполнить идентификацию по уникальным биометрическим параметрам, обеспечить сохранность средств клиентов и предоставить доступ к счетам и операциям с деньгами. По нашим оценкам наименее затратными являются методы идентификации по голосу и отпечатку пальцев, наиболее оптимальным способом применения биометрии в цифровом банке является идентификация по рисунку вен [8, 9]. В настоящее время голосовая биометрия используется в Приорбанке, технология Touch ID применяется в Белгазпромбанке, Белинвестбанке, БПС-Сбербанке и других банках, в Альфа-Банке внедрена биометрия по отпечатку пальцев, лицу и голосу. Перспективными направлениями развития биометрических технологий по оценкам экспертов J'son & Partners Consulting являются поведенческая биометрия и технологии распознавания эмоций.

Иновационным инструментом построения цифрового банка является технология блокчейн, применение которой уменьшает транзакционные издержки, сокращает время проведения и повышает информационную безопасность сделок. Среди белорусских банков, первыми использовавшими технологию блокчейн в своих операциях, выделяются «Приорбанк» ОАО, ЗАО «БТА Банк», ЗАО «Альфа-Банк».

В заключение следует отметить, что применение лучших мировых практик развития необанков, комплексное внедрение финтех-инноваций позволит белорусским банкам выйти на новый уровень цифровизации и повысить свою конкурентоспособность. По нашим расчетам ТОП-5 цифровых банков в Республике Беларусь составляют ЗАО «Альфа-Банк», ОАО «БПС-Сбербанк», ЗАО «МТБанк», ОАО «АСБ Беларусбанк» и «Приорбанк» ОАО.

Источники

1. Давыденко, К. Д. Необанкинг — современный тренд развития финансового рынка / К. Д. Давыденко // Бизнес. Инновации. Экономика : материалы междунар. молодеж. науч.-практ. конф., Минск, 19 апр. 2019 г. / БГУ, Ин-т бизнеса БГУ. — Минск, 2019.

2. Jameson, P. How U.S. Banks Can Transform Customer Interactions to Increase Profitability [Electronic resource] / P. Jameson // Cisco Blogs. — Mode of access: <https://blogs.cisco.com/financialservices/how-u-s-banks-can-transform-customer-interactions-to-increase-profitability>. — Date of access: 01.10.2019.
3. Designing a sustainable digital bank [Electronic resource] // IBM Corporation. — Mode of access: <https://www.ibm.com/downloads/cas/XGJGOJWA>. — Date of access: 01.10.2019.
4. Fintech Guide 2018 [Electronic resource] // BusinessViews. — Mode of access: https://businessviews.com.ua/ru/get_file/id/the-infographics-report-fintech-guide-2018-eng.pdf. — Date of access: 01.10.2019.
5. Ковалев, М. Цифровая трансформация банков / М. Ковалев, Г. Головенчик // Банк. весн. — 2018. — № 11 (664). — С. 50–60.
6. Милош, Д. В. Системы расчетов с использованием электронных денег в Республике Беларусь / Д. В. Милош, К. А. Забродская // Банк. весн. — 2018. — № 7 (660). — С. 60–68.
7. Милош, Д. В. Цифровые деньги: анализ состояния и перспективы развития в Республике Беларусь / Д. В. Милош // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы XII Междунар. науч.-практ. конф. студентов, Минск, 10–11 апр. 2019 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2019.
8. Садовская, Г. В. Биометрические технологии — инновационное решение обеспечения информационной безопасности банков / Г. В. Садовская // НИРС БГЭУ : сб. науч. ст. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2018. — Вып. 8. — С. 290–291.
9. Панкевич, Е. Д. Биометрические технологии защиты банковской информации / Е. Д. Панкевич // Ганзейский союз нового времени для бизнеса и сотрудничества : материалы междунар. молодеж. науч.-практ. конф., Псков, 23 мая 2019 г. — Псков, 2019.

СНИЛ «Res Publica»

Е. В. Пархалин, А. В. Гайдукевич

Научный руководитель — кандидат исторических наук В. В. Стариченок

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ВИЗОВОГО ПРОСТРАНСТВА СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Статья посвящена такой актуальной и важной проблеме, как формирование единого визового пространства в рамках Союзного государства Беларусь и России. Процесс формирования такого пространства широко обсуждается в политических и научных кругах. Однако решение вопроса постоянно откладывается. В статье предпринята попытка определить проблемы и трудности, сопряженные с созданием общего визового пространства двух дружественных государств.

Отношения России и Беларуси всегда были теплыми, близкими и родственными. Одним из приоритетных направлений белорусско-российских отношений является интеграция в рамках Союзного государства. Обе страны плодотворно сотрудничают во множестве сфер, в том числе по вопросу создания единой визовой системы Союзного государства. Успешное решение данного вопроса подтвердит способность интеграционного объединения эффективно осуществлять согласованную политику. Цель статьи — выявить проблемы создания единого визового пространства Союзного государства и обозначить трудности, которые встречаются при попытке его сформировать.

Нормативным правовым документом, регламентирующим порядок перемещения граждан Республики Беларусь и РФ через границы упомянутых государств, является «Соглашение между Республикой Беларусь и Российской Федерацией об обеспечении равных прав граждан Республики Беларусь и Российской Федерации на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства на территориях государств — участников Союзного государства». Соглашение вступило в силу 3 февраля 2009 г. Из него следует, что граждане стран — участниц Союзного государства могут пересекать границы соседнего государства и перемещаться по его территории без миграционной карты, имея при себе лишь паспорт [1].

Итак, граждане Беларуси и России интегрированы в единое миграционное пространство [2, с. 14–15, 62]. Иначе дело обстоит с гражданами третьих стран. Так как пограничный и таможенный контроль между Беларусью и Россией отсутствует, то попасть из одной страны в другую не составляет труда. Пересечь границу граждане третьих стран могут и без злого умысла. Делая это, они попадают под визовое законодательство той страны, в которую прибывают. Если они не имеют права находиться на ее территории (ввиду отсутствия визы), то попадают в категорию лиц, незаконно пересекших границу. Безусловно, единое визовое пространство снимет эту проблему.

В 2007 г. заместитель руководителя пограничной службы Федеральной службы безопасности РФ Н. Рыбалкин заявил, что введение единого визового режима России и Беларуси неизбежно [3]. Однако в последующие несколько лет тема не получила развития. Вновь на повестку дня ее вынесли в 2014 г. российские дипломаты, а в 2015 г. подхватили Президент России В. В. Путин и премьер-министр Д. А. Медведев. После этого стали обсуждаться возможные варианты решения проблемы. Главная из них — разные режимы въезда в Россию и Беларусь. Например, у России уже есть упрощенный визовый режим со странами ЕС, а у Беларуси нет.

Кажется, если стороны готовы к тесному сотрудничеству, прилагают необходимые для этого усилия, принимают во внимание интересы друг друга, то соглашения можно достичь быстро. Однако не все так просто и однозначно. Кроме различий визовых законодательств существуют другие обстоятельства. Российская сторона усиливает контроль за въездом и выездом граждан других стран на территорию своей страны. Делается это с целью максимально обезопаситься от возможных внешних угроз, вызванных напря-

женностью в отношениях с Украиной, военными действиями на востоке Украины, военной операцией в Сирии, эскалацией терроризма, нелегальной иммиграцией и т.д.

Белорусская сторона наоборот максимально расширяет приток иностранцев в свою страну, прежде всего ради выгод от туризма. 12 февраля 2017 г. в силу вступил Указ Президента № 8 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан». Он предусматривал безвизовый режим нахождения на территории Республики Беларусь на срок до пяти дней (при въезде через Национальный аэропорт). 24 июля 2018 г. безвизовый режим был продлен до 30 дней (для граждан 80 государств). Это принесло выгодные для страны результаты. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь количество иностранных туристов (без учета стран СНГ) увеличилось с 38 231 человек в 2016 г. до 83 920 человек в 2017 г. [1, с. 31]. Экспорт туристических услуг к сентябрю 2018 г. увеличился на 17,5 % по сравнению с аналогичным периодом 2017 г. и составил 126,1 млн дол. США [4]. Если в 2017 г. в Беларусь из стран Евросоюза с туристическими целями въехало 70 089 человек, то в 2018 г. их было уже 135 089 человек [5].

В российских СМИ активно выражались опасения, что через границу с Беларусью в Россию хлынут люди с целью совершения противоправных действий против российского государства. Конечно, создание единого визового пространства в рамках Союзного государства обезопасит РФ от соответствующих рисков. Однако тема возможного проникновения на территорию Республики Беларусь «подозрительных» лиц из РФ российскими СМИ не особенно сильно муссировалась. Напротив введение безвизового режима Беларусью многими российскими СМИ позиционировалось как прямая угроза безопасности России. Почву для подобных спекуляций предоставил социологический опрос, проведенный ВЦИОМ в феврале 2017 г. [6].

Единая визовая система требует запрета на въезд в Беларусь гражданам тех стран, которым запрещен или ограничен въезд в РФ. Соответствующая база данных существует, а в отношении ряда лиц их право въезда на территорию Союзного государства ограничено. На середину 2018 г. в ней числилось более 1,7 млн иностранных граждан и лиц без гражданства (около 300 тыс. из них — граждане Украины), из которых более 1,5 млн внесены в списки по инициативе профильных органов РФ, остальные — по решению белорусской стороны [7].

В связи с этим возникают трудности. 25 января 2019 г. пресс-служба Белорусской ассоциации журналистов (БАЖ) сообщила, что сотрудники пограничной службы Национального аэропорта Минск отказались впустить в Беларусь координатора программ шведского медиаинститута Fojo O. Вале на том основании, что она находится в списке лиц, которым нежелателен въезд на территорию России. БАЖ выразила «возмущение в связи с инцидентом» [8]. Подобные ситуации чреваты осложнением отношений с Евросоюзом, продвигающим повестку прав человека и свободы слова на постсоветском пространстве. В Брюсселе отказ пустить в страну гражданина ЕС может

вызвать дополнительные трения с Европой в условиях и без того напряженных отношений.

Существуют другие вопросы, связанные со сложностями работы единого визового пространства. Необходимо проработать общий механизм выдачи и отказа выдачи виз, регламентировать условия пребывания людей в безвизовых зонах (время пребывания, необходимые документы и т.д.). Несомненно, белорусская сторона потеряет часть доходов от стоимости въездных виз для иностранцев, так как многие иностранные граждане получат такие визы в учреждениях РФ. Открытость информации о въездных и выездных гражданах может вызывать беспокойство спецслужб РФ и Республики Беларусь, которые не всегда афишируют пребывание определенных лиц на своей территории. В такой ситуации необходимо сконцентрировать внимание на обоюдных выгодах. Одна из них — транзитный туризм. Развитию данного проекта способствовало бы его выделение в бюджете Союзного государства как отдельной программы, например «Союзный маршрут».

Таким образом, существуют обстоятельства, затормаживающие создание единого визового пространства, в том числе соображения технического, политического и экономического характера. Конечно, единое визовое пространство ускорит интеграционные процессы в рамках Союзного государства, создаст предпосылки для расширения сотрудничества Беларуси и России в сфере туристической деятельности, будет очевидным и приятным свидетельством способности двух государств проводить единую внешнюю политику. Вместе с тем, существуют более насущные вопросы российско-белорусских отношений, которыми надо заниматься в первую очередь: проблемы экономической конкуренции между хозяйствующими субъектами, цены на энергоносители для Беларуси, изъятия и т.д.

Источники

1. Соглашение между Республикой Беларусь и Российской Федерацией на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства на территориях государств — участников Союзного государства [Электронный ресурс] // Государственный пограничный комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://gpk.gov.by/zakonodatestvo/laws/22741/>. — Дата доступа: 28.09.2019.
2. Стариченок, В. В. Права граждан Союзного государства России и Беларуси: справочник / В. В. Стариченок, А. А. Авдонин. — М. : Центр изучения перспектив интеграции, 2018. — 64 с.
3. Орлов, П. Единая виза. На внутренней границе пограничных столбов не будет [Электронный ресурс] / П. Орлов // Рос. газ. — 2007. — 8 февр. — Режим доступа: <https://rg.ru/2007/02/08/viza.html>. — Дата доступа: 20.09.2019.
4. Туризм в Беларуси [Электронный ресурс] // Белорусское телеграфное агентство. — Режим доступа: <https://www.belta.by/infographica/view/turizm-v-belarusi-13727/>. — Дата доступа: 09.02.2019.
5. В Беларуси число туристов и экскурсантов из Евросоюза в 2018 году выросло почти в два раза [Электронный ресурс] // Белорусское телеграфное агентство. — Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/v-belarusi-chislo-turistov-i-ek->

skursantov-iz-evrosojuza-v-2018-godu-vyroslo-pochti-v-2-raza-339319-2019/. — Дата доступа: 09.03.2019.

6. Стариченок, В. В. Социологические опросы на службе пропаганды: российское измерение / В. В. Стариченок // Международная журналистика — 2019: евразийско-атлантическое партнерство и медиа : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21 февр. 2019 г. / Бел. гос. ун-т ; редкол.: Б. Л. Залесский (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2019. — С. 266–272.

7. Шпаковский, А. П. Союзный гражданин [Электронный ресурс] / А.П. Шпаковский // Сонар 2050. — Режим доступа: <https://www.sonar2050.org/publications/edinaya-migracionnaya-politika-belarusi-i-rossii-kak-ne-dopustit-dezintegraciyu/>. — Дата доступа: 11.02.2019.

8. Сотруднику медиаинститута Fojo не пустили в Беларусь из-за российского черного списка [Электронный ресурс] // Новости ТUT.BY. — Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/623985.html>. — Дата доступа: 26.09.2019.

9. Беларусь в цифрах, 2018 : стат. справ. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2018. — 72 с.

СНИЛ «АгроЭкономика»

E. В. Шафранская, A. A. Михайлова, A. H. Стома, B. B. Куликова
Научный руководитель — кандидат сельскохозяйственных наук В. М. Бадьина

РЫНОК МОЛОКА И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ВОЗМОЖНОСТЬ ЕГО ИНТЕГРАЦИИ В ГЛОБАЛЬНЫЙ

Статья подготовлена по результатам исследований, проводимых СНИЛ «АгроЭкономика». В статье показана роль молочного подкомплекса в экономике нашей страны, раскрыты особенности рынка молока Беларуси. На примере ОАО «Минский молочный завод № 1» проведены исследования и предложены направления, которые могут увеличить прибыль и в целом повысить эффективность функционирования предприятий отрасли.

Продовольственная безопасность является важнейшей составляющей национальной безопасности и необходимым условием реализации стратегического национального приоритета — обеспечение высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности [1].

Молоко по пищевым достоинствам занимает первое место среди всех животноводческих продуктов. Более 6 млрд людей в мире являются потребителями молока или молокопродуктов и более 750 млн человек живут за счет молочных хозяйств. В целом в мире производится около 600 млн т молока, что обеспечивает потребление его на душу населения во многих высокоразвитых странах на уровне физиологических норм. Наибольше потребляют на душу

населения молока и молочных продуктов во Франции (430 кг в год), Германии (430 кг), Дании (380 кг), Австрии (370 кг) и в некоторых других странах.

По данным Международного молочного исследовательского Центра IFCN 20 крупнейших молочных заводов мира потребляет 25,4 % мирового молока. В 2017 г. лидеры рынка переработали 211 млн т молока. Первое место занимает корпорация DairyFarmersofAmerica, которая потребляет для переработки 3,5 % молока, производимого во всем мире. На втором месте — новозеландская Fonterra. Третье место принадлежит французской группе Lactalis. Arla, Nestle и FrieslandCampina, которые вместе перерабатывают около 14 млн т молока. Крупнейшими переработчиками молока являются индийский молочный гигант Amul (9,3 млн т), две китайские молочные компании YiliGroup и Mengniu (13,6 млн т). К 2022 г. в распоряжении переработчиков будет дополнительно 35 млн т молока. Основной прирост будут показывать страны, традиционно являющиеся лидерами в объемах производства: США, ЕС, Новая Зеландия [2].

Белорусская молочная отрасль находится на достаточно высоком уровне развития. Во многом это обусловлено той ролью, которую она играет для АПК и экономики в целом. Именно эта отрасль обеспечивает более половины отечественного экспорта продовольствия.

Молочным скотоводством в республике занимаются практически все сельскохозяйственные организации. Ими производится около 90 % общего объема молока, и только 10 % приходится на личные подсобные и крестьянские (фермерские) хозяйства. В республике наблюдается тенденция роста поголовья как крупного рогатого скота, так и коров в сельскохозяйственных организациях. В соответствии с концепцией развития молочного скотоводства на 2015–2020 гг. планируется довести годовой объем производства молока в сельскохозяйственных и иных организациях республики до 12,5 млн т в 2020 г. Удой молока от коровы в среднем по республике должен составить 7 тыс. кг, численность коров дойного стада должна быть стабилизирована на уровне 1,6–1,7 млн голов [3].

Крупнейшими предприятиями в республике по переработке молока являются «Савушкин продукт», «Бабушкина крынка», «Беллакт», «Березовский сыродельный комбинат», «Слуцкий сыродельный комбинат», «Глубокский МКК», ОАО «Борисовский молочный комбинат», ОАО «Молочный Мир».

Беларусь входит в число основных экспортёров молока и молочной продукции в мире. Более 60 % произведенных в Беларуси молочных продуктов направляются на экспорт. Согласно отчетам Международной молочной Федерации в списке ведущих мировых экспортёров молокопродуктов (без учета торговли между странами ЕС) в сегменте твердых сыров Беларусь занимает пятую позицию в мире (5,5 % мирового экспорта), по сухому обезжиренному молоку — пятую позицию (3,2 %), а по сухому цельному молоку — шестую (1,2 %). Все более стабильным ростом объема в структуре глобальной торговли отмечен экспорт масла.

В республике растет экспорт молока и молочных продуктов как в страны ближнего, так и дальнего зарубежья. По данным 2017 г. экспорт молочной

продукции в страны дальнейшего зарубежья составил на сумму 14 943 тыс. дол. США. Наибольшая доля экспорта приходилась на Монголию (20 %), Оман (19 %), Китай (15,6 %). Доля экспорта в пределах 5,2–8,7 % приходится на такие страны как Грузия, Катар, Саудовская Аравия Турция. Поставщики продукции в Китай 2017 г. стали 9 предприятий [4, с. 53–57].

Проведенные нами исследования позволили выявить основные направления развития национального рынка молока и молочных продуктов в республике.

Для прогнозирования производства и экспорта молока и молокопродуктов в Республике Беларусь нами был использован метод экстраполяции. Согласно проведенным исследованиям производство молока и молочных продуктов в Республике Беларусь на начало прогнозного периода может составить 7240 тыс. т, на конец периода — 7550 тыс. т (рис. 1).

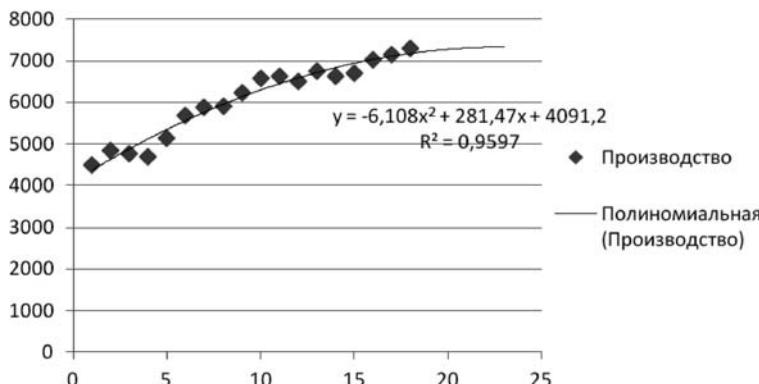


Рис. 1. Вероятностный прогноз производства молока и молокопродуктов на 2019–2022 гг. методом экстраполяции, тыс. т

Проведенные нами исследования показали, что для полиномиальной экстраполяции производства молока и молокопродуктов в натуральном выражении уравнение линии тренда имеет вид

$$y = -6,108x^2 + 281,47x + 4091,2 \text{ при } R^2 = 0,9597. \quad (1)$$

Так как величина R^2 , равная 0,9597, близка к 1, то линия тренда достоверна.

Вероятностный прогноз экспорта молока и молокопродуктов на 2019–2022 гг. методом экстраполяции в натуральном выражении представлен на рис. 2.

Для полиномиальной экстраполяции экспорта молока и молокопродуктов в натуральном выражении уравнение линии тренда имеет следующий вид:

$$y = 0,8992x^3 - 35,369x^2 + 570,63x - 4,424 \text{ при } R^2 = 0,9256. \quad (2)$$

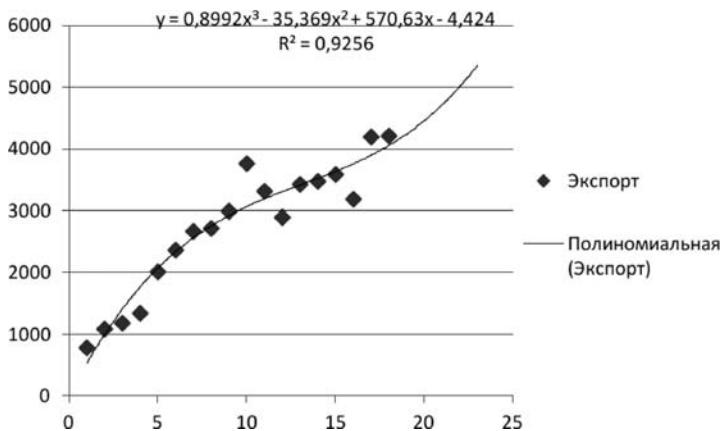


Рис. 2. Вероятностный прогноз экспорта молока и молокопродуктов на 2019–2022 гг. методом экстраполяции, тыс. т

Так как величина R^2 , равная 0,9256, близка к 1, то линия тренда достоверна.

Согласно проведенным расчетам показатель экспорта молока и молочных продуктов в Республике Беларусь может вырасти с 4230 до — 4600 тыс. т к 2022 г.

В условиях развития рыночной экономики неотъемлемым условием успешного функционирования предприятия является внешнеэкономическая деятельность. Ее развитие гарантирует расширение рынков сбыта, поступление валюты, устойчивое финансовое состояние.

Проведенные исследования на базе ОАО «Минский молочный завод № 1» показали, что расширение ассортимента и структуры реализации поставляемой продукции на экспорт, рост объемов экспорта позволяет предприятию повысить эффективность работы. За счет запланированного роста объемов реализации продукции и изменения структуры реализации продукции на экспорт предприятие имеет возможность получить дополнительно 6526,17 тыс. руб.

Маркетинговые исследования на базе ОАО «Минский молочный завод № 1» и анализ отпускных цен на молочную продукцию в разных странах в анализируемый период позволил нам предложить увеличить объем поставок базовым предприятием сливочного масла в Азербайджан. Это мероприятие по нашим расчетам позволит обеспечить рост прибыли ОАО «Минский молочный завод № 1» на сумму 8729,5 руб.

Оптимизация портфеля реализации молока и молочной продукции ОАО «Минский молочный завод № 1» на основании проведения ABC-анализа позволила выявить наиболее прибыльные товарные группы молочной продукции, от реализации которых предприятие может дополнительно получить 973,7 тыс. руб.

Таким образом, выявленные направления могут быть использованы молокоперерабатывающими предприятиями нашей республики, позволят им увеличить прибыль и в целом повысить эффективность функционирования предприятия.

Источники

1. Шафранская, Е. В. Молочное скотоводство Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Е. В. Шафранская, А. А. Михайлова // Современный менеджмент: проблемы, исследования, перспективы : сб. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3 янв. 2019 г. — Минск : Лаб. интеллекта, 2019. — С. 438–441. — Компакт-диск. Текстовое электрон. изд.
2. Евросоюз: основные цифры и игроки молочного рынка. Часть II [Электронный ресурс] // Продукт.by. — Режим доступа: <https://produkt.by/news/evrosoyuz-osnovnye-cifry-i-igroki-molochnogo-rynka-chast-ii>. — Дата доступа: 04.05.20119.
3. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 11 марта 2016 г., № 196 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2016. — № 5/41842.
4. Даинеко, А. Е. Развитие мясно-молочной отрасли в странах Евразийского экономического союза / А. Е. Даинеко, Л. Н. Байгот // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы : сб. науч. ст. : в 4 ч. — Минск, 2017. — Ч. 1. — С. 53–57.

СНИЛ «Актив»

А. Н. Капцевич, А. А. Конопелько

Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Головач

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ КЛАССИФИКАЦИИ И УЧЕТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В статье исследовано понятие интеллектуальной собственности, сделана попытка разграничения таких категорий, как «интеллектуальный капитал», «интеллектуальные активы» и «интеллектуальная собственность», рассмотрены основные классификации интеллектуальной собственности, на основе чего определены основные проблемы учета объектов интеллектуальной собственности в Республике Беларусь.

В современных экономических условиях наряду со стремительным развитием и совершенствованием производственных процессов и продуктов потребления исключительную роль играет создание интеллектуальных продуктов. Поскольку это относительно новая категория для отечественной учетно-экономической теории и практики, существует большое разнообразие экономических и юридических трактовок ее определения, а также классификаций. Для обеспечения сохранности, защиты интеллектуальной собственности

сти, повышения эффективности управления, учета и использования объектов интеллектуальной собственности на микроуровне отдельных организаций и на макроуровне страны в целом она должна иметь единую расширенную и универсальную классификацию, которая будет учитывать все специфические объекты, отнесенные к данной категории. Создание такой классификации позволит организовать эффективный учет объектов интеллектуальной собственности, который, с одной стороны, предоставит достоверную информацию для целей управления, соответственно увеличит финансирование данного направления и раскроет инвестиционную привлекательность для вложения капитала в отечественный бизнес, и, с другой стороны, будет способствовать обеспечению сохранности интеллектуальной собственности и препятствию извлечения из нее экономических выгод другими хозяйствующими субъектами.

Однако научно и практически обоснованная классификация объектов интеллектуальной собственности невозможна без актуального анализа вопросов, касающихся терминологии и основных аспектов учета интеллектуальной собственности. Следовательно, в первую очередь целесообразно остановиться на определении термина «интеллектуальная собственность».

По определению всемирной организации интеллектуальной собственности «в самом широком смысле интеллектуальная собственность означает закрепленные законом права, которые являются результатом интеллектуальной деятельности в промышленной, научной, литературной и художественной областях» [1, с. 3]. В соответствии с национальным законодательством под интеллектуальной собственностью следует понимать совокупность личных неимущественных и имущественных прав на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащих авторам, их наследникам и иным юридическим или физическим лицам согласно закону или договору [2]. С. А. Судариков дает следующее определение данной категории: «Интеллектуальная собственность — это правовое положение некоторых результатов интеллектуальной деятельности» [3, с. 24].

Широкое использование термина «интеллектуальная собственность» в деловом мире ставит вопрос о корректности применения его к различным ситуациям. Например, консультанты по вопросам менеджмента говорят также об «интеллектуальном капитале», а бухгалтеры и экономисты употребляют термин «интеллектуальные активы».

Интеллектуальный капитал включает в себя сумму знаний и навыков всех сотрудников организации, позволяющих создавать богатства и формирующих его конкурентное преимущество: процессы, идеи, разработки, проекты, изобретения, используемые технологии, знания, а также взаимоотношения с поставщиками и потребителями. В то же время интеллектуальные активы — это интеллектуальный капитал, который зафиксирован и используется в виде нематериального актива. И для учетно-аналитической теории и практики Республики Беларусь, стран СНГ и западных стран трактовка интеллектуальных активов как нематериальных активов является традицион-

ной. Так, например, МСФО (IAS) 38, регулирующий вопросы оценки, признания, учета и отражения в финансовой отчетности объектов интеллектуально собственности, носит название «Нематериальные активы» (Intangible Assets). В отечественной учетной практике очень редко оперируют категорией «интеллектуальные активы», отождествляя их с нематериальными активами. Итак, с точки зрения бухгалтерского учета категории «интеллектуальные активы» и «нематериальные активы» тождественны. В дополнение следует отметить, что с точки зрения экономической теории и права интеллектуальная собственность — это интеллектуальные активы, защищенные соответствующими законами и актами.

В результате можно сформулировать вывод, что интеллектуальный капитал, интеллектуальные активы и интеллектуальная собственность являются составными частями друг друга. Интеллектуальный капитал формирует более ценную категорию «интеллектуальные активы», которая в свою очередь формирует еще более ценную категорию «интеллектуальная собственность» — эта иерархия ценности определяет направленность процесса управления, призванного извлечь «интеллектуальные активы» из «интеллектуального капитала», а затем выделить «интеллектуальную собственность» из «интеллектуальных активов», т.е. иметь в качестве цели создание «интеллектуальной собственности» [4, с. 202].

В современной научной литературе объекты интеллектуальной собственности подразделяются на две большие группы: промышленная собственность; объекты авторского и смежных прав.

Классификация объектов интеллектуальной собственности и перечисление всех объектов интеллектуальной собственности весьма затруднительно, что делает очевидной актуальность и значимость их классификации. В имеющейся учебной и научной литературе, несмотря на высокий интерес ученых и законодателей к данной категории, отсутствует единый подход к экономическому содержанию интеллектуальной собственности и ее составляющих.

В зависимости от характера результата мыслительной деятельности в соответствии со ст. 980 Гражданского кодекса Республики Беларусь выделяются три группы объектов интеллектуальной собственности:

1) результаты интеллектуальной деятельности: произведения науки, литературы, искусства; исполнения, фонограммы и передачи организаций вещания; изобретения, полезные модели, промышленные образцы; селекционные достижения; топологии интегральных микросхем; секреты производства (ноу-хай);

2) средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг: фирменные наименования; товарные знаки и знаки обслуживания; географические указания;

3) другие результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг [3].

В зависимости от оснований возникновения прав они делятся на следующие виды: 1) объекты авторского права: произведения науки, литературы, ис-

кусства; 2) объекты смежного права: исполнения, фонограммы, передачи вещания; 3) объекты патентного права (права промышленной собственности): изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, все средства индивидуализации; 4) секреты производства и иная нераскрытая информация (формулы, процессы разработки, сборники информации, используемые в предпринимательской деятельности для получения превосходства над конкурентами).

В зависимости от способов правовой охраны объекты интеллектуальной собственности можно разделить на следующие виды: 1) объекты, охраняемые в силу факта их создания — авторское и смежное право; 2) объекты, охраняемые на основании охранного документа (патента или свидетельства) — право промышленной собственности; 3) объекты, охраняемые путем ограничения доступа или засекречивания — охраняемая информация, секреты производства [5, с. 52–54].

Объекты интеллектуальной собственности неоднородны по своему составу, по характеру использования в процессе производства, по степени влияния на финансовое состояние и результаты хозяйственной деятельности. Поэтому необходима их классификация по ряду признаков:

- в зависимости от использования в производстве объекты интеллектуальной собственности можно разделить на функционирующие (работающие) объекты, применение которых приносит организации доход в настоящий период; нефункционирующие (неработающие) объекты, которые не используются по каким-либо причинам, но могут применяться в будущем;
- по степени влияния на финансовые результаты организации следует выделять объекты интеллектуальной собственности, способные приносить прямой доход за счет внедрения их в эксплуатацию, и объекты, опосредованно влияющие на финансовые результаты;
- в зависимости от степени правовой защищенности следует выделять интеллектуальную собственность, соответственно защищенную и не защищенную охранными документами (авторскими правами).

Поскольку интеллектуальная собственность включает в себя совокупность исключительных прав и состоит из многообразия объектов, имеющих денежную оценку, ее необходимо рассматривать как объект бухгалтерского учета. Множество сделок с объектами интеллектуальной собственности должно находить отражение в бухгалтерском учете как правообладателей, так и пользователей. Достоверная оценка и отражение данного объекта учета позволит формировать объективную информацию о финансовом положении и экономической привлекательности организаций для инвесторов.

В то же время, как уже было отмечено, в теории и практике учета в Республике Беларусь не применяется учетный объект «интеллектуальные активы», вместо него применяют термин «нематериальные активы». Следовательно, в условиях бурного развития интеллектуальной деятельности, бизнес-технологий и ИТ-продуктов в Республике Беларусь в отечественную учетную практику должны быть введены объекты «интеллектуальные активы» и

«интеллектуальная собственность», при этом следует отметить их неполную тождественность категории «нематериальные активы». В связи с чем возникает проблема и необходимость разработки критерии разграничения указанных категорий в бухгалтерском учете, а также отвечающим рыночным условиям хозяйствования методик учета каждого рассмотренного объекта («интеллектуальный капитал», «интеллектуальные активы», «интеллектуальная собственность») и их слагаемых.

На сегодняшний день интеллектуальная собственность представляет собой экономический ресурс с неограниченным потенциалом, обеспечивает экономический рост организаций и стран, что обуславливает значимость выработки актуальных признаков классификации интеллектуальной собственности и методик ее учета.

Источники

1. Введение в интеллектуальную собственность. — Женева : ВОИС, 1998. — 652 с.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 7 дек. 1998 г., № 218-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
3. Судариков, С. А. Интеллектуальная собственность / С. А. Судариков. — М. : Изд-во дел. и учеб. лит., 2007. — 800 с.
4. Панков, Д. А. Управление учетом интеллектуальной собственности / Д. А. Панков, Т. Н. Немогай // Теория и практика менеджмента и маркетинга : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 30–31 мая 2005 г. / Дортмунд. высш. шк., Ун-т Ганновера, Белорус. гос. экон. ун-т ; под общ. ред. И. Л. Акулича. — Минск : Мэджик Бук, 2005. — С. 202–203.
5. Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика его применения / В. В. Белов [и др.] ; под общ. ред. В. В. Белова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Юристъ, 2006. — 351 с.

СНИЛ «Вердикт»

*М. В. Войтеховская, И. А. Журомская, А. Д. Козлова,
О. М. Капитан, К. П. Берней*

Научный руководитель — кандидат юридических наук И. П. Манкевич

ПРАВО НА ДОСТУП К ИНФОРМАЦИИ КАК КОМПОНЕНТ СИСТЕМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

На протяжении последних десятилетий общество активно сталкивается с экологическими проблемами. В настоящее время актуализируется роль экологического образования. Такая тенденция ставит своей целью снижение воздействия

антропогенной деятельности на окружающую среду. Одним из ключевых компонентов экологического образования выступает право граждан на доступ к информации, участие общественности в процессе принятия решений и доступе к правосудию по вопросам, касающимся окружающей среды.

Вопрос реализации права на экологическую информацию в рамках экологического образования в современном мире становится все более актуальным. Прежде всего, это обусловлено глобальным характером экологических проблем, которые находят негативное отражение в обществе. Получение информации, а соответственно и экологическое образование необходимо человеку для осознания всей глубины последствий его социальных, политических, экономических активностей по отношению к окружающей среде, а также масштабности вреда, причиняемого потребительским отношением к ней.

Право на доступ к экологической информации относится к группе основных экологических прав, способствующих реализации права каждого на благоприятную окружающую среду, а также входит в категорию прав человека третьего поколения. Более того, доступ к экологической информации составляет основу реализации других экологических прав: природопользования, участия в принятии экологически значимых решений, реализации права на доступ к правосудию по вопросам, связанным с окружающей средой. В каждом случае необходимо владеть определенным объемом экологической информации.

Право на доступ к экологической информации в Республике Беларусь регулирует национальное законодательство, нормативную правовую базу которого составляет Закон Республики Беларусь «Об охране окружающей среды», а также Орхусская конвенция, являющаяся частью национального законодательства и подлежащая прямому применению. Относительно вышеперечисленных законодательных актов, в общем виде под экологической информацией понимается любая информация в письменной, аудиовизуальной, электронной или любой иной материальной форме о состоянии элементов окружающей среды, а также о факторах, которые влияют или способны оказать воздействие на элементы окружающей среды [1]. Гарантии и условия реализации права закреплены ст. 4 Орхусской конвенции, а также конкретизированы в Законе «Об охране окружающей среды». Так, предусмотрена безвозмездность предоставления информации, ограниченный перечень оснований для отказа в удовлетворении запроса о предоставлении информации; недопустимость введения режима конфиденциальности информации о выбросах загрязняющих веществ; обязанность государственных органов обосновывать отказ в предоставлении информации и др. [2].

В настоящее время существует ряд проблем, связанных с правом на доступ к экологической информации в ключе его реализации в рамках законодательного закрепления, системы предоставления и донесения до общественности в рамках просвещения.

Так, существуют некоторые проблемы реализации права на доступ к экологической информации. Одной из них является проблема несоответствия

принципам Орхусской конвенции некоторых положений национального законодательства. Так, например, Е.В. Лаевская обоснованно считает недопустимым наличие открытого перечня оснований для отказа в предоставлении экологической информации на основании запроса. Автором также замечена проблема реализации конфиденциального представления экологической информации. Так, ст. 74-2 Закона «Об охране окружающей среды» была предпринята не вполне удачная, на взгляд автора, попытка имплементации положения конвенции об «отделении» открытой информации от конфиденциальной, поскольку в законе речь идет об обязанности отделять информацию, если запрос касается «документов, которые относятся к внутреннему делопроизводству обладателя экологической информации», а также «если это возможно» без указания на объективные критерии определения возможностей, в указанной норме используется правовое понятие «внутреннее делопроизводство», которое не определено ни в одном нормативном правовом акте [3].

А. Г. Авдей также считает необходимым усовершенствование системы предоставления экологической информации. Так, перечень органов, которые обладают экологической информацией и распространяют ее, различен и требует унификации, чтобы не создавать сложности с поиском данной информации. В этой связи А. Г. Авдей отмечает положительный опыт Республики Казахстан, которая пошла по пути создания Закона «Об экологической информации». Данный Закон закрепляет право граждан и организаций на доступ к экологической информации и предусматривает правовые, экономические и организационные основы реализации данного права. Создание данного нормативного правового акта в Республике Беларусь позволило бы упорядочить представление экологической информации, а также избавиться от коллизий между законодательными актами [4].

Вышеперечисленные точки зрения указывают на чрезвычайную важность грамотного законодательного закрепления права на доступ к экологической информации. Отмечены недостатки в единстве закрепления и предоставления экологической информации. Но не уделяется должного внимания еще одной важной практической стороне реализации вышеуказанного права, в виде непосредственного донесения до общественности понимания экологической информации, что неотделимо от писаного закона.

По нашему мнению, на данный момент серьезной проблемой является отсутствие четкого практического механизма реализации права на доступ к экологической информации, что означает необходимость выработки специальных инструкций и практик, доступных в первую очередь гражданам — непосредственным субъектам данного права. С этой целью необходимо уделять должное внимание развитию непрерывного экологического воспитания, экологическому просвещению и экологическому образованию. Так, Е. А. Шаркова считает «экологическую коммуникацию» эффективным способом распространения и обмена экологической информацией. Сущность данного института сводится к предоставлению информации, сотрудничеству, а также формированию осознания гражданами значимости экологических прав [5].

Экологическое образование несомненно призвано сыграть важную роль в практической реализации права на экологическую информацию и иных положений Орхусской конвенции, так как будет способствовать: воспитанию граждан, осознающих необходимость охраны окружающей среды и сохранения экологического равновесия; обеспечению распространения экологической информации с тем, чтобы принимать оптимальные решения в целях решения экологических проблем.

Актуальной целью видится развитие «экологического разговора» в обществе, так как каждый гражданин должен знать свои экологические права. Кроме того, экологическое просвещение позволит гражданам не только узнать свои экологические права, но и будет способствовать повышению экологической культуры общества и развитию экологического образования.

Источники

1. Об охране окружающей среды [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 26 нояб. 1992 г., № 1982-XII : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.06.2019 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
2. Орхусская конвенция [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. — Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/orhus.shtml. — Дата доступа: 10.10.2019.
3. Лаевская, Е. В. Некоторые проблемы правового обеспечения защиты права на экологическую информацию в Республике Беларусь / Е. В. Лаевская // Вестн. БГУ. — 2013. — № 1. — С. 75–79.
4. Авдей, А. Г. Экологическая информация: проблемы правового регулирования в Республике Беларусь / А. Г. Авдей // Технологии информатизации и упр. — 2011. — № 2. — С. 260–263.
5. Шаркова, Е. А. Экологическая коммуникация как информационно-коммуникативная составляющая экополитического процесса / Е. А. Шаркова // Власть. — 2014. — № 7. — С. 43–47.

СНИЛ «Гандаль»

Е. Г. Матюшонок, В. А. Алексеенко

Научный руководитель — И. А. Леднева

ПЕРСПЕКТИВЫ ТРАНСПАРЕНЦИИ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА АДМИНИСТРИРОВАНИЯ СФЕРЫ РИТЕЙЛА НА ОТЕЧЕСТВЕННУЮ РЕАЛЬНОСТЬ

В статье рассматриваются перспективы адаптации условий зарубежной практики обеспечения деятельности сферы ритейла на отечественную реальность (на примере США и Литвы). Изложены основные принципы, инструменты и методы регулирования торговли и связанных систем в указанных странах,

что, с учетом имеющихся вводных о существовании отечественного рынка потребительских товаров, позволило выявить актуальность направления их имплементации.

Государственное регулирование торговли в нашей стране осуществляется с помощью системы мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера правомочными государственными учреждениями во многом путем стабилизации и приспособления существующей социально-экономической системы к изменяющимся условиям для обеспечения стратегического роста и развития. Ожидать эффективности и устойчивого развития субъектов торговли невозможно, если не выполняется комплекс мер, направленных на совершенствование всех аспектов среды, где они реализуют свою финансовово-хозяйственную деятельность.

Учитывая опыт администрирования торговли в мире, очевидно, что существующие рыночные торговые взаимоотношения практически в каждой стране мира регулируются не только законами государства, но и по международным соглашениям. Сейчас наблюдается тренд усиления государственного регулирования, направленный на содействие развитию местного бизнеса, изменение организационных видов взаимодействия государственных структур с представителями реального сектора, поиск оптимального в сочетаниях государственных и рыночных мер воздействия [1, с. 23].

В Республике Беларусь функции государственного регулирования торговли выполняет Министерство антимонопольного регулирования торговли Республики Беларусь (МАРТ). Согласно Закону о государственном регулировании торговли и общественного питания Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-З основными задачами государственного регулирования сферы ритейла являются меры, приведенные на рисунке [2].

Проведя параллели со странами ближнего и дальнего зарубежья, имеются определенные сходства и различия в принципиальности вопросов регулирования сферы ритейла.

Администрирование сферы торговли в Литовской Республике осуществляют Министерство экономики и инноваций, основными функциями которого являются:

- 1) сотрудничество с Министерством иностранных дел по вопросам национальной внешнеторговой политики;
- 2) является участником деятельности соответствующих институтов ЕС (социально-экономический комитет) по рассмотрению вопросов применения мер торговой защиты (против недобросовестной коммерческой практики третьих стран) и разрабатывает документы позиции Литвы по этим вопросам;
- 3) оказывает содействие хозяйствующим субъектам Литовской Республики по защите их интересов;
- 4) принимает участие в формировании и реализации внутренней торговой политики и др. [3].



Задачи государственного регулирования сферы торговли

В США схожие функции возлагаются на местное Министерство торговли. Помимо государственных органов сферу ритейла в странах ближнего и дальнего зарубежья регулируют различные некоммерческие структуры, общественные объединения (например, Литовский институт свободного рынка — частная некоммерческая, беспартийная организация, Союз потребителей США и др.).

В таблице приведены основные инструменты регулирования потребительского рынка, используемые в Республике Беларусь, США и Литве.

Основные инструменты регулирования потребительского рынка, используемые в Республике Беларусь, США и Литве

Метод	Республика Беларусь	Литва	США
1	2	3	4
1. Тарифный	<ul style="list-style-type: none"> • таможенные пошлины (адвалорные, специфические, комбинированные); • импортный и экспортный таможенный тарифы; • специальные, антидемпинговые, компенсационные пошлины 	<ul style="list-style-type: none"> • лимиты цен; • селективная кредитная политика; • таможенные пошлины; • сеньораж 	<ul style="list-style-type: none"> • таможенные пошлины; • таможенные тарифы; • антидемпинговые и компенсационные пошлины

Окончание

1	2	3	4
2. Нетарифный	<ul style="list-style-type: none"> • лицензирование; • квотирование; • НДС; • акцизы; • валютный контроль; • установление минимальных и максимальных цен; • регулирование курса валют 	<ul style="list-style-type: none"> • квотирование; • прямое установление и регулирование цен на определенные виды товаров государством; • государство устанавливает пониженные ставки кредитов населению для приобретения долгостоящих товаров; • прямое субсидирование потребителей 	<ul style="list-style-type: none"> • эмбарго; • квотирование; • государственное кредитование экспорта; • регулирование цен (прямое и косвенное); • установление дифференцированных ставок налогов с продаж, акцизов

Таким образом, выполняя свои функции, государства различных стран применяют разнообразные методы воздействия на потребительский рынок.

По утверждению ряда исследователей именно потребительский рынок оказывает существенное влияние на экономический рост благосостояния и уровень жизни населения, обеспечивает реализацию большей части товаров и услуг народного потребления.

В мире используется множество методов регулирования потребительского рынка, которые являются ответом на проблемы глобализации, в рамках которой осуществляется разработка новых принципов ведения бизнеса. При этом у резидентов каждой страны свои интересы, в результате чего возникают противоречия, которые могут быть решены путем лоббирования интересов или приспособления к условиям среды. Эффективное государственное регулирование должно позволить учесть все это и тем самым обеспечить устойчивый экономический рост.

Источники

1. Антикризисное бизнес-регулирование : монография / В. М. Распопов [и др.] ; под ред. проф. А. Н. Ряховской ; Фин. ун-т при Правительстве РФ. — М. : Магистр : ИНФРА-М, 2014. — 240 с.

2. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 8 янв. 2014 г., № 128-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128/>. — Дата доступа: 05.10.2019.

3. Ministry of the Economy and Innovation of the Republic of Lithuania [Electronic resource]. — Mode of access: <https://eimin.lrv.lt/en/>. — Date of access: 05.10.2019.

СНИЛ «Идея»

O. B. Низамова, K. M. Русилко, D. H. Климович

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н. Ф. Горбач

ОПТИМИЗАЦИЯ ДОКУМЕНТООБОРОТА ЭКСПОРТА УСЛУГ АВТОМОБИЛЬНЫМ ТРАНСПОРТОМ

В статье раскрыто содержание основных форм документов, отражающих информацию о международных грузоперевозках автомобильным транспортом.

На организацию учета внешнеэкономической деятельности оказывают влияние особенности оформления экспортно-импортных операций, порядок и формы расчетов между участниками внешнеторговых контрактов.

При рассмотрении экспортных операций, т.е. убытия товаров с таможенной территории, следует отметить, что данная процедура допускается только с разрешения таможенного органа. Данное разрешение выдается таможенным органом лицу, предъявившему товары к таможенному оформлению для получения такого разрешения.

Форма и порядок выдачи разрешения на убытие товаров с таможенной территории определяются Государственным таможенным комитетом Республики Беларусь.

Товары, на которые было выдано разрешение таможенного органа на экспорт товаров с таможенной территории, должны покинуть пункт вывоза незамедлительно после выдачи такого разрешения.

Для того чтобы получить данное разрешение от таможенного органа, перевозчик обязан предоставить таможенному органу документы, перечень которых определен п. 1, ст. 56 Таможенного кодекса Республики Беларусь от 04.01.2007 г. № 204-З. Перечень документов, необходимых для предоставления таможенному органу, зависит от вида транспорта, на котором осуществляется международная перевозка [1].

Перевозчик имеет право предоставить документы или часть документов в электронном виде в соответствии с Таможенным кодексом Республики Беларусь. Формы таких электронных документов утверждаются Правительством Республики Беларусь.

Порядок учета экспортных операций зависит от порядка реализации товаров (самой организацией или через посредника), а также от порядка оплаты за реализуемые товары. Оплата экспортных товаров может осуществляться за наличные средства, на условиях кредита или в виде бартерной сделки.

Реализуя транспортные услуги нерезидентам, субъекты хозяйствования оформляют документы в особом порядке и отличном от оформления таких сделок внутри страны.

При оформлении транспортных услуг документацию можно условно разделить на следующие группы:

- документация, непосредственно связанная с оформлением оказания транспортных услуг;
- товарно-сопроводительная документация.

При оказании транспортных услуг необходимо составить документы, которые регулируют порядок оказания услуг и которые подтверждают факт оказания услуг.

1. Договор оказания транспортных услуг (контракт).

Для целей учета и контроля на каждый договор открывается специальная карточка с отражением в ней наименования покупателя, даты заключения договора, наименований поставляемых ценностей, даты отгрузки партий грузов, пунктов их прохождения по маршруту к покупателю и других показателей. В условиях использования ЭВМ (ПЭВМ) вместо карточек составляются соответствующие машинограммы, в которых содержится информация о выполнении заключенных договоров и движении каждой отправленной партии грузов вплоть до сдачи ее покупателю.

Прежде всего, в контракте содержится информация о том, между кем он составляется. Договор делят на отдельные главы (части), их количество может быть различным.

Например, контракт на совершение внешнеторговой сделки может содержать 10 частей. В них описан предмет договора, общие положения, планирование перевозок, обязанности сторон, расчеты, ответственность сторон, арбитраж, форс-мажор, срок действия договора, а также юридические адреса и банковские реквизиты обеих сторон. Договор заверяется подписями и печатями.

Может быть составлена спецификация к договору, которая является неотъемлемой частью договора и характеризует предмет договора и особенностии оказания услуг, не описанных в контракте.

2. CMR (международная транспортная накладная), содержит информацию о перевозимых товарах и об отметках отгрузки и получения товара.

Перечень сведений, которые указываются в CMR-накладной, определен ст. 6 Конвенции от 19.05.1956 г. «О договоре международной перевозки грузов» [2]. С учетом требований Конвенции постановлением Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь от 24.06.2004 г. № 23 утверждена Инструкция по заполнению международной товарно-транспортной накладной [3].

Отправитель груза выписывает CMR-накладную не менее чем на четырех страницах.

Следует отметить, что вторая, третья и четвертая страницы в обязательном порядке должны быть заверены подписями и печатями отправителя, а также подписями представителя перевозчика (водителя, экспедитора).

Данное количество страниц является минимальным. Дополнительные страницы международной товарно-транспортной накладной предназначаются для таможенных и других органов.

3. Транспортный заказ (заявка), содержащий описание условий и особенностей конкретной перевозки и рассматривающийся в совокупности с договором.

4. Акт выполненных работ, в котором отражается информация о выполнении грузоперевозки согласно транспортному заказу. За выполненную услугу заказчику необходимо оплатить работу экспедитора.

5. Протокол согласования свободных отпускных цен на товары (продукцию) оформляется вместе с актом выполненных работ.

В этих документах заполняются юридические адреса, учетные номера плательщиков, расчетные счета обеих сторон, указывается наименование работы, например грузоперевозка. Указывается маршрут, по которому осуществляется перевозка, наименование груза, стоимость с и без НДС, ставка и сумма НДС. В акте выполненных услуг прописано, что стороны претензий не имеют, указана сумма к оплате. На протоколе, в верхней части документа, и на акте, в нижней части, проставлены печати обеих сторон.

6. Электронный счет-фактура по НДС, оформленный в соответствии с Налоговым кодексом Республики Беларусь [4].

7. Документы, которые предусмотрены к оформлению страной-получателем экспортных услуг. Примером может служить инвойс (счет-фактура), который необходим для отражения хозяйственных операций в других странах и является там первичным учетным документом. Инвойс содержит наименование и адреса продавца и покупателя; дату и номер заказа покупателя; описание проданного товара; сведения об упаковке; точные обозначения и номера, указанные на упаковке; цену товара; условия поставки и платежа. Фактурная цена указывается согласно условиям договора.

8. Упаковочный лист составляется при загрузке товара. Это список позиций груза с указанием номеров мест, в которые они упакованы, и веса каждого места. Упаковочный лист — грузосопроводительный документ, который является дополнением к счету-фактуре.

9. В целях контроля таможенных органов при прохождении товаров через границы государств составляется книжка МДП (TIR) — международный документ таможенного транзита.

10. Путевой лист, однако с 26.02.2018 г. отменено оформление путевых листов при выполнении автомобильных перевозок транспортными организациями согласно Декрету Президента Республики Беларусь от 23.11.2017 г., № 7 [5].

Таким образом, при оформлении экспортных операций необходимо гораздо больше документов в отличие от операций внутри страны. Такое количество документов требует больших затрат информации и времени, что может приводить к ошибкам и человеческому фактору при их составлении, но при этом они также защищают весь процесс реализации товаров, начиная от защиты прав участников внешнеторговой операции, продолжая процессом товаровопровождения и конечного получения товаров, а также его оплаты.

Возникает вопрос об оптимизации и автоматизации документооборота, уменьшении количества документов, а также вопросе абсолютной защиты информации при электронном документообороте. При решении этих вопросов это облегчит и ускорит процесс экспортных операций, а следовательно, может и увеличить их количество и оборачиваемость.

Источники

1. Таможенный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 4 янв. 2007 г., № 204-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
2. Конвенция о договоре международной дорожной перевозки грузов (КДПГ) [Электронный ресурс] : [заключена в г. Женеве 19.05.1956 г.] // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
3. Об утверждении бланка международной товарно-транспортной накладной : постановление М-ва транспорта и коммуникаций Респ. Беларусь, 24 июня 2004 г., № 23 // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2004. — № 8/11404.
4. Налоговый кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 29 дек. 2009 г., № 71-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.
5. О развитии предпринимательства [Электронный ресурс] : Декрет Президента Республики Беларусь, 23 нояб. 2017 г., № 7 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

СНИЛ «Инноватика»

*М. А. Бартош, А. Ю. Бондарева, Е. С. Селижанская,
Е. А. Шульга, Н. И. Гедранович*

Научный руководитель — магистр экономических наук О. Г. Довыдова

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

В работе раскрывается сущность понятия конкурентоспособности продукции, рассматриваются отдельные расчетные и графические методы оценки, исследуются основные направления повышения конкурентоспособности продукции и белорусских промышленных предприятий. Несомненным преимуществом данной статьи является критический сравнительный анализ основных методов оценки конкурентоспособности продукции и определение их преимуществ и недостатков.

Развитие и повышение конкурентоспособности отечественных предприятий невозможно без активизации инновационной деятельности и формирования конкурентных преимуществ, которые должны охватывать все стадии

производства начиная от проектирования и заканчивая реализацией продукции. Как показывает практика, между конкурентоспособностью и инновациями существует прямая взаимосвязь. Предприятия, внедряющие инновации, имеют возможность не только реализовывать продукцию, пользующуюся спросом, но и снижать издержки за счет современных технологий. При прочих равных условиях предприятие, первым внедрившее инновационные разработки, будет обладать большими преимуществами по сравнению с конкурентами, как перед потенциальными потребителями, так и перед инвесторами. Однако на практике далеко не все белорусские предприятия используют инновации в своей деятельности, а также не готовы к ним или не способны к их внедрению.

Именно поэтому вопрос об инновационном развитии белорусских предприятий, а также повышении конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия в целом в настоящее время является достаточно актуальным.

Каждое предприятие развивается и функционирует на рынке для производства товаров и оказания услуг, стремится добиться основной цели — максимизации прибыли. В условиях развития рыночных отношений в Республике Беларусь понятие «конкурентоспособность» выходит на передний план. Рыночные экономические отношения складываются в условиях конкуренции. Под конкуренцией понимается соперничество между отдельными лицами, хозяйственными единицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели в каком-либо виде деятельности. Конкуренция характеризуется наличием нескольких соперников, одной и той же сферой деятельности, совпадающей целью.

Проанализировав соотношение конкурентоспособности продукции и предприятия, рассмотрев вопрос тождества понятий и выявив определенную взаимосвязь, можно сделать вывод о том, что конкурентоспособность продукции и предприятия соотносятся как часть и целое. С одной стороны, конкурентоспособность предприятия определяется конкурентоспособностью выпускаемой продукции, а с другой — товарный знак, бренд, известность производителя сами по себе являются достаточно сильными конкурентными преимуществами и определенным образом оказывают влияние на конкурентоспособность продукции [1].

Конкурентоспособность продукции является основой и необходимым условием достижения конкурентоспособности предприятия, определяет возможность его процветания, но сами по себе понятия не тождественны.

Не существует и единого общепринятого метода оценки конкурентоспособности продукции. С одной стороны, это значит, что метод оценки выбирается исходя из специфики оцениваемой продукции. Но с другой стороны, применение различных методов оценки конкурентоспособности может привести к разным конечным результатам. Именно поэтому целесообразно проанализировать методы оценки конкурентоспособности продукции и выявить достоинства и недостатки каждого из них. Систематизация основных методов оценки конкурентоспособности продукции приведена в таблице.

Сравнительная характеристика методов оценки конкурентоспособности продукции

Метод	Достоинства	Недостатки
Дифференциальный метод	<ul style="list-style-type: none"> наиболее упрощенный метод; основывается на использовании единичных показателей конкурентоспособности продукции 	<ul style="list-style-type: none"> при расчете не учитывается весомость единичных показателей; в расчет берутся только значения показателей без учета предпочтений потребителя при выборе
Комплексный метод	<ul style="list-style-type: none"> предполагает расчет групповых показателей по потребительским, экономическим и неценовым параметрам; при расчете учитывается значимость показателя 	<ul style="list-style-type: none"> полученные значения групповых показателей показывают превосходство (недостатки) изделия не в целом, а лишь по отдельным характеристикам
Метод расчета интегрального показателя конкурентоспособности	<ul style="list-style-type: none"> наиболее предпочтителен ввиду точности получаемых результатов; включает в себя дифференциальный и комплексный методы; учитывает влияние комбинации отдельных факторов на итоговое значение конкурентоспособности 	<ul style="list-style-type: none"> трудоемкий метод; для проведения расчетов необходимо наличие исходных данных, которые не всегда представлены в открытом доступе
Экспертный метод оценки в баллах	<ul style="list-style-type: none"> прост в применении; не требует сбора информации о конкурентах; базируется на знаниях и опыте специалистов в определенной области; применяется, когда исследуемые параметры продукции не имеют количественной оценки 	<ul style="list-style-type: none"> субъективизм специалистов
Метод 11111-55555	<ul style="list-style-type: none"> оцениваются не только статичные факторы, но и динамичные (качество управления процессами) 	<ul style="list-style-type: none"> основан на методе экспертных оценок; полученные результаты субъективны; результатирующая оценка выражается абсолютным числом; не предполагается расчет относительного показателя

Источник: собственная разработка.

Рассмотренные выше методы оценки конкурентоспособности продукции имеют свои достоинства и недостатки. При этом универсального метода не существует, а некоторые из них частично либо полностью включают в себя другие способы оценки [2].

В современной экономике существует большое количество методов оценки конкурентоспособности предприятия, но до сих пор универсального не существует. К наиболее распространенным относятся:

Методы определения конкурентоспособности предприятия на основе оценки конкурентоспособности его продукции (продуктовые методы). Дан-ные методы базируются на суждении о том, что оценка конкурентоспособ-ности предприятия может быть осуществлена через анализ и оценку основ-ных факторов конкурентоспособности его продукции.

Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия матричными методами основа-на на выявлении внешних (внутренних) факторов конкурентоспособности хозяйствующего субъекта и определении сегмента рынка, на котором пред-приятие имеет или стремится получить конкурентные преимущества.

Методы оценки конкурентоспособности предприятия, основанные на теории эффективной конкуренции (операционные методы). Согласно дан-ным методам наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где эффективно организована работа отдельных подразделений и служб. Методы оценки конкурентоспособности предприятия, основанные на теории эффек-тивной конкуренции, позволяют комплексно проанализировать деятельность предприятия и выработать управленческие и стратегические решения по улучшению его деятельности. К недостаткам данной группы методов следует отнести множество оценочных параметров, что существенно усложняет про-цедуру сбора, анализа, оценки данных и ограничивает практическую приме-нимость рассмотренного метода [3].

Комплексные методы. Оценка конкурентоспособности предприятия комплексными методами основана на выявлении текущей и потенциальной конкурентоспособности хозяйствующего субъекта. При этом в зависимости от метода оценка и соотношение данных конкурентоспособностей в рамках интегрального показателя конкурентоспособности предприятия могут варь-ироваться. В ряде случаев текущая конкурентоспособность предприятия оп-ределяется по аналогии с методами, основанными на оценке конкурентоспо-собности продукции хозяйствующего субъекта, потенциальная — по анало-гии с методами, основанными на теории эффективной конкуренции.

К достоинствам комплексных методов следует отнести возможность учес-та не только достигнутого уровня конкурентоспособности предприятия, но и его возможной динамики в будущем. Однако при определении текущей и по-тенциальной конкурентоспособности хозяйствующего субъекта применяются способы и приемы рассмотренных ранее методов, что обуславливает нали-чие и соответствующих недостатков.

Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятия. Данный метод оценки конкурентоспособности предполагает анализ основ-ных показателей деятельности предприятия в динамике. В качестве ключе-вых показателей рассматриваются: операционная эффективность (рента-бельность хозяйственной деятельности), стратегическое позиционирова-

ние (динамика доли рынка), а также финансовая устойчивость (ликвидность) [4].

Поскольку единого метода оценки не существует, для получения более точной и детальной информации необходимо использовать динамический, продуктовый метод и SWOT-анализ в совокупности. В свою очередь проведение оценки конкурентоспособности позволит:

- определить позицию на рынке по отношению к выбранным конкурентам, а также сильные и слабые стороны предприятия;
- разработать мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности организации;
- составить программу с целью расширение рынка и освоения новых;
- успешно вести инвестиционную деятельность.

Повышение конкурентоспособности продукции за счет внедрения инновационных технологических методов производства является главным фактором повышение конкурентоспособности предприятия на рынке. Однако каждая новая информационная технология приводит к возникновению проблем защиты и безопасности предприятия. В настоящее время наблюдается резкий рост кибератак, которые имеют широкое распространение и приобретают глобальный характер. Отказ от внедрения инновационных технологий уже невозможен и в будущем уровень цифровизации будет только расти. В то же время в контексте цифровой трансформации нельзя забывать о сопровождающих этот процесс киберугрозах. Так как согласно концепции Интернета-вещей все данные об эксплуатации изделий будут заноситься в сеть интернет, в так называемые «облачные» системы, то обеспечение кибербезопасности становится все более актуальным [5].

Чтобы обеспечить кибербезопасность, предприятие должно уделять особое внимание вопросам информационной безопасности в выпускаемой продукции, предъявляя повышенные требования к надежности и защищенности предлагаемых решений.

Источники

1. Рокотянская, В. В. Особенности конкурентоспособности продукции промышленных предприятий [Электронный ресурс] / В. В. Рокотянская, А. Н. Герасимов // Статистика и Экономика. — 2015. — № 2. — С. 118–123. — Режим доступа: <http://statecon.rea.ru/jour/article/view/991/967>. — Дата доступа: 26.03.2019.

2. Смольская, Н. А. Обеспечение конкурентоспособности продукции на предприятиях Республики Беларусь: проблемы и пути их решения [Электронный ресурс] / Н. А. Смольская, О. А. Фалей // Белорусский национальный технический университет. — Режим доступа: www.bntu.by/news/67-conference-mido/3191-2015-11-22-11-00-27.html. — Дата доступа: 26.03.2019.

3. Мухина, Е. Р. Исследование методов оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта [Электронный ресурс] / Е. Р. Мухина // Междунар. науч.-исслед. журн. — 2015. — Ч. 3, № 2 (33). — С. 58–59. — Режим доступа: <https://research-journal.org/economical/issledovanie-metodov-ocenki-konkurentosposobnosti-xozyajstvuyushhego-subekta/>. — Дата доступа: 12.03.2019.

4. Воронов, Д. С. Динамический подход к оценке конкурентоспособности предприятий / Д. С. Воронов // Конкурентоспособность социально-экономических систем : монография / под науч. ред. А. И. Татаркина и В. В. Криворотова. — М. : Экономика, 2014. — 466 с.

5. Алексеев, И. В. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития электронного взаимодействия / И. В. Алексеев // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике : материалы X Междунар. науч.-практ. конф., Чебоксары, 18 дек. 2016 г. : в 2 т. / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары : Интерактив плюс, 2016. — Т. 2. — С. 42–45.

СНИЛ «Исследовательский центр имени Саймона Кузнецца»

Б. В. Лебедева, А. Н. Точкин

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. В. Буховец

ИНВЕСТИЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В работе проанализирована инвестиционная активность субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь с использованием ряда статистических показателей, на основании чего были сделаны выводы о существующих проблемах в данной сфере и предложен комплекс мер по стимулированию инвестиционной деятельности малых и средних предприятий в стране.

Предпринимательство играет важную роль в социально-экономическом развитии страны, способствуя формированию конкурентной среды, росту производства потребительских товаров, расширению сферы услуг, созданию новых рабочих мест и в целом повышению уровня жизни. Развитие индивидуального, малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь является одним из важнейших национальных приоритетов. Однако для наращивания предпринимательского потенциала необходимы различного рода ресурсы, здесь прежде всего речь идет о капитальных вложениях. Поиск необходимых средств для создания и развития бизнеса становится главной задачей для руководителя фирмы, при этом значительную долю занимают затраты, направляемые на приобретение, воспроизводство и создание новых основных средств, т.е. инвестиций в основной капитал. В соответствии с этим анализ динамики и структуры инвестиций в основной капитал является неотъемлемой частью оценки предпринимательской активности в той или иной стране.

Показатель удельного веса МСП в инвестициях в основной капитал в 2017 г. достиг своего минимального значения (рис. 1). Одной из причин такого спада послужила осторожность субъектов МСП в плане инвестирова-

ния, направленного на приобретение оборудования, внедрение новых технологий, в связи с экономически нестабильной обстановкой в стране. Это подтверждает и тот факт, что краткосрочные кредиты на обеспечение текущей хозяйственной деятельности пользуются большей популярностью, чем долгосрочные займы на обновление и расширение производства. Наиболее стабильными в плане инвестирования показали себя средние организации, и напротив, микроорганизации не смогли преодолеть колебания экономической конъюнктуры — их доля инвестиций в основной капитал сократилась на 1,5 %.

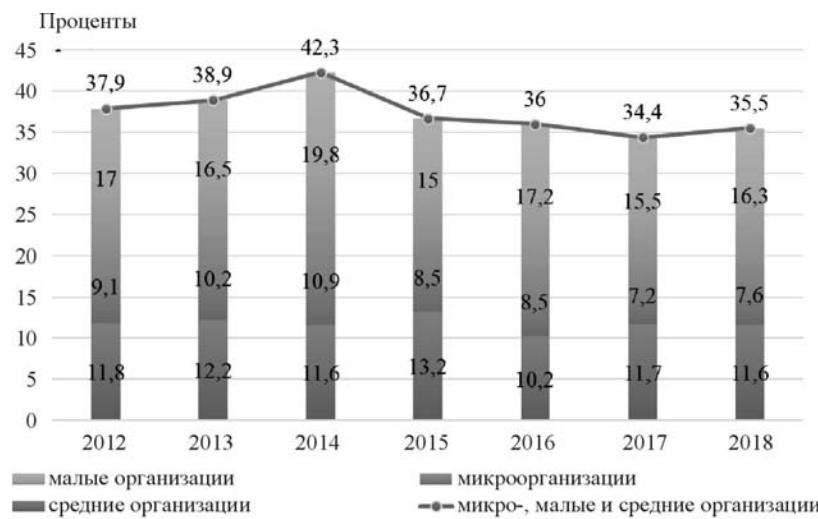


Рис. 1. Удельный вес инвестиций в основной капитал, вложенных субъектами МСП в процентах к общереспубликанскому итогу

Источник: собственная разработка на основе [1].

В целом в 2018 г. наметилось оживление инвестиционной активности малого и среднего бизнеса. Это подтверждается и реальным увеличением объемов инвестиций в основной капитал (значения скорректированы на величину дефлятора инвестиций), вложенных субъектами МСП в 2018 г. (рис. 2).

В 2012 г. объем инвестиций в реальном выражении оказался ниже уровня 2011 г. Это произошло по ряду причин: в сфере инвестиций наблюдался ускоренный рост цен по сравнению с ростом цен в экономике, сокращались реальные объемы капиталовложений в строительно-монтажные работы и расходы на приобретение активной части основных средств [3]. 2014 г. был ознаменован максимальным объемом инвестиций, вложенных субъектами МСП в основной капитал. В этом году было отмечено существенное изменение

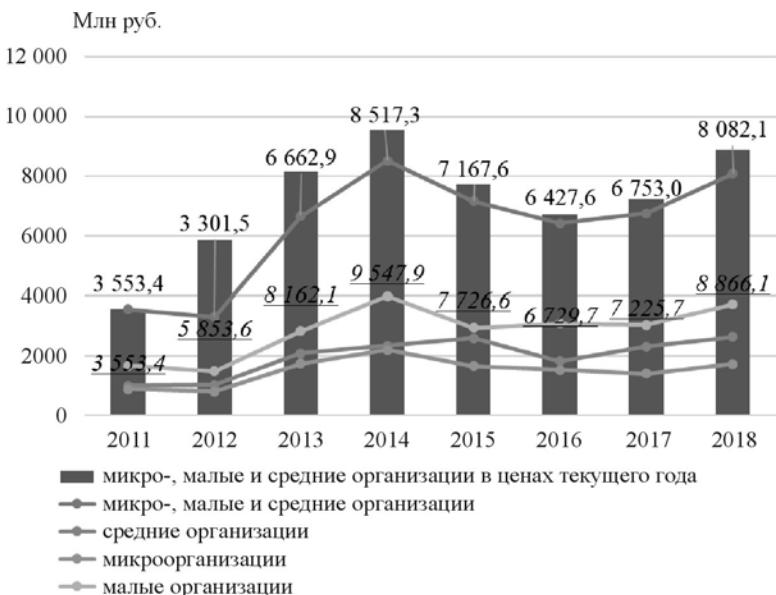


Рис. 2. Инвестиции в основной капитал в реальном выражении в ценах предыдущего года и в номинальном выражении в ценах текущего года

Источник: собственная разработка на основе [1, 2].

в структуре инвестиций по источникам финансирования. Доля финансирования за счет банковских кредитов достигла 29,13 % среди средних организаций (в среднем 18 % за предыдущие годы) и 30,11 % среди малых и микроорганизаций (максимальное значение за 2013–2018 гг.). Данное изменение произошло благодаря смягчению в конце 2013 г. условий кредитования, а также сохранению на высоком уровне спроса на банковские кредиты в 2014 г. [4]. В последние годы происходит ускорение реального темпа прироста объемов инвестиций (19,7 % в 2018 г. против 5,1 % в 2017 г.).

По-прежнему актуальным остается вопрос выбора наиболее приемлемого источника финансирования инвестиций, особенно в сфере МСП. Пока в экономической науке нет единого мнения по данному вопросу, так как выбор источника зависит от многих факторов: существующей экономической системы, имиджа на мировом рынке капитала, финансовых результатов, имеющихся возможностей, доступности кредитных ресурсов, развитости фондового рынка, склонности населения к сбережению и т.д. Поэтому выбор в пользу того или иного источника осуществляется непосредственно при реализации конкретных проектов в имеющихся экономических условиях (рис. 3, 4).

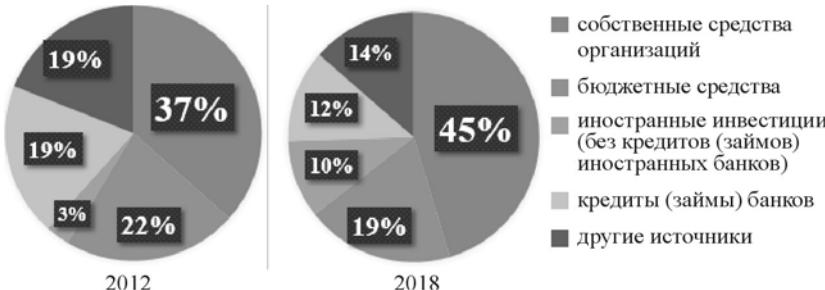


Рис. 3. Структура инвестиций в основной капитал средних организаций по источникам финансирования

Источник: собственная разработка на основе [1].

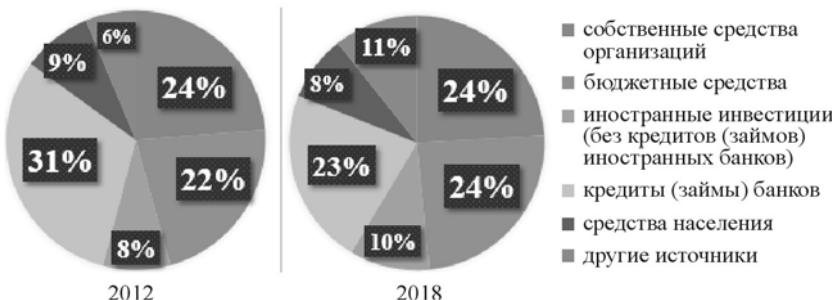


Рис. 4. Структура инвестиций в основной капитал микро- и малых организаций по источникам финансирования

Источник: собственная разработка на основе [1].

Принято считать, что собственные средства являются наиболее надежным источником, который одновременно снижает риск банкротства и повышает свою конкурентоспособность на рынке. В средних организациях на его долю приходилось 37 и 45 % в 2012 и 2018 гг. соответственно, в малых — 24 %. Стоит отметить, что средние организации в Республике Беларусь с каждым годом приобретают все больше возможностей для самофинансирования, чем малое предпринимательство, что вызывает необходимость использования иных источников. К тому же развитие предпринимательского сектора является одним из важнейших механизмов решения значительной части социально-экономических проблем (снижение уровня безработицы, демонополизация секторов экономики, повышение уровня конкурентоспособности национальной продукции на мировой арене и т.д.), что обязывает государство ока-

зывать финансовую поддержку МСП. Таким образом, удельный вес бюджетных средств для средних организаций составлял 22 % (в 2012 г.) и 19 % (в 2018 г.), для микро- и малых организаций — 22 и 24 % соответственно.

Не менее важным источником финансирования инвестиций в основной капитал являются кредиты. За пятилетний период значительно сократилась доля кредитных ресурсов в общей структуре всех субъектов МСП (с 19 до 12 % по среднему предпринимательству, с 31 до 23 % по малому предпринимательству), основными причинами чего являются: короткий срок предоставления средств (основная масса кредитов выдается на срок до 12 месяцев, соответственно, кредитные ресурсы не носят инвестиционного характера); сложность, дороговизна и длительность выполнения всех процедур, необходимых для оформления кредита; отсутствие отсрочки по выплате процентов, невозможность получения кредитов на создание бизнеса «с нуля»; ужесточение требований к финансовому положению кредитополучателя [5].

К сожалению, весьма мал удельный вес иностранных инвестиций, что говорит о низкой привлекательности белорусского предпринимательского сектора, однако с 2012 г. их доля возросла в общей структуре инвестиций, что является положительной тенденцией.

Таким образом, анализ инвестиционной активности малого и среднего бизнеса показал, что последствия кризисных явлений в национальной экономике, дестабилизовавших условия и возможности инвестирования в основной капитал субъектами МСП, до сегодняшнего дня дают о себе знать. Только по итогам 2018 г. можно утверждать о начале восстановления инвестиционной активности МСП.

В целях активизации инвестиционной деятельности субъектов МСП могут быть предприняты следующие меры: создание инновационно-промышленных и индустриальных зон; предоставление грантов для возмещения части затрат, направленных на модернизацию и расширение производства; оптимизация процедур, связанных с предоставлением земельных участков для реализации инвестиционных проектов; расширение практики реализации в частную собственность земельных участков для строительства производственных и торговых объектов; стимулирование сотрудничества малых и крупных организаций посредством приоритетного доступа субъектов МСП к долгосрочным заказам крупных белорусских промышленных организаций; создание сети центров кластерного развития; создание центров субконтрактации и франчайзинга.

Источники

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2018. — 195 с.
2. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2015. — 441 с.
3. Основные тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере Республики Беларусь. Аналитическое обозрение 2012 г. [Электронный ресурс] // Националь-

ный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/ectendencies/ter_2012_12_ot.pdf. — Дата доступа: 09.10.2018.

4. Мониторинг условий банковского кредитования. Аналитическое обозрение январь — март 2018 г. [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/creditsmonitoring/cm2014_1.pdf. — Дата доступа: 09.10.2018.

5. Мониторинг условий банковского кредитования. Аналитическое обозрение апрель — июнь 2018 г. [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.nbrb.by/Publications/CreditsMonitoring/cm_2018_2.pdf. — Дата доступа: 09.10.2019.

СНИЛ «Коммерсант»
П. В. Еременко

Научный руководитель — кандидат экономических наук С. Л. Флерко

СОСТОЯНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: БАРЬЕРЫ ВЫХОДА НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ

В статье будут рассмотрены данные, характеризующие внешнеторговую деятельность Республики Беларусь, а именно объемы экспорта товаров, услуг, сальдо внешней торговли и проведен краткий анализ касаемо их темпов роста относительно прошлых периодов. Также определены основные черты внешней торговли товарами и услугами. В статье выделены основные причины, побуждающие предприятия поставлять производимую ими продукцию на зарубежные рынки и выявлены барьеры, препятствующие вовлечению национальной экономики Республики Беларусь в международную экономику.

Белорусская экономика в современном виде сформировалась как экспортноориентированная. В настоящий момент на экспорт поставляется более половины производимого в стране продукта. Это имеет под собой основания. Значительная часть продукции промышленности просто не может быть реализована только на внутреннем рынке ввиду недостаточного числа покупателей.

Беларусь поддерживает торговые отношения с более чем 170 государствами мира. Результат внешней торговли Беларуси товарами и услугами в 2018 г. стал наилучшим за 6 лет: плюсовое сальдо составило почти 700 млн дол. против 83 млн дол. в 2017 г., а по сравнению с многомиллиардным минувшим итогом предкризисной пятилетки 2006–2010 гг., которая закончилась печально известным валютно-финансовым кризисом 2011 г., итог 2018 г. кардинально лучший. То есть ожидать повтор 2011 г. сейчас точно не следует.

Экспорт товаров в 2018 г. вырос в денежном выражении на 15,9 %, услуг — на 11,2 %, а совокупный экспорт — на 14,9 %. Главная причина роста —

стоимостная: выросли цены на экспортируемые товары. Среднегодовая цена нефтепродуктов в 2018 г., например, на 28 % больше, чем в 2017 г.

Больший рост экспорта товаров, нежели услуг, привел к падению удельного веса последних до 20,8 % в общем экспорте, с 21,5 % в прошлом году и 22,8 % в позапрошлом. Тем не менее выручка от экспорта услуг в 2018 г. стала исторически рекордной.

Сальдо внешней торговли товарами в 2018 г. осталось традиционно отрицательным, но минус сократился на 11,0 %, т.е. результат улучшился. В секторе внешнеэкономических услуг тоже положительная динамика: во-первых, традиционное положительное сальдо в 2018 г. выросло на 9,3 %, во-вторых, оно стало рекордным [1].

По итогам первого полугодия 2019 г. по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года экспорт товаров в натуральном выражении сократился на 4,1 %, импорт — на 1,2 % [2].

Важнейшими экспортными позициями являются продукты нефтепереработки, калийные удобрения, грузовые автомобили, металлопродукция, тракторы, шины, молочная и мясная продукция и лесоматериалы. Однако наблюдается падение экспорта по следующим позициям: топливо, нефть и нефтепродукты, мясо и мясопродукты [3].

В импорте наибольшее место занимают энергоресурсы (нефть и природный газ), сырье, материалы и комплектующее (металлы и изделия из них, сырье для химического производства, части машин), технологическое оборудование.

Основной торговый партнер Беларуси — Россия, на ее долю приходилось в первом полугодии 40,3 % белорусского экспорта и 55,6 % импорта.

Второе место в товарообороте занимает Европейский союз, на долю которого приходится 27,1 % белорусского экспорта и пятая часть импорта. Основные страны-импортеры белорусской продукции в Евросоюзе: Великобритания, Польша, Германия, Литва, Нидерланды, Латвия, Бельгия, Норвегия.

Возрос экспорт во все страны — члены ЕАЭС: в Армению — на 43,9 %, в Кыргызстан — на 21,0 %, в Казахстан — на 7,5 %, за исключением незначительного падения в Россию — на 0,3 %.

Динамично развиваются торговые отношения с партнерами в Латинской Америке — Бразилией, Кубой, Эквадором, в Азиатском регионе — Китаем, Индией, Вьетнамом, Израилем, Кореей, Японией [2].

Что касаемо торговли услугами, по итогам первого полугодия 2019 г. по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года экспорт услуг увеличился на 3,5 %, импорт — на 0,9 %.

Стоит заметить, что более 50 % общего объема экспорта занимают транспортные и компьютерные услуги, существенную роль играют также поездки и прочие деловые услуги.

Основными партнерами Беларуси в торговле услугами являются Россия (около 35 % экспорта, 37 % импорта) и ЕС (34 % экспорта, 40 % импорта).

Основная масса экспортируемых услуг приходится на долю Европейского союза, около четверти на Российскую Федерацию.

Выделим основные движущие силы выхода на зарубежные рынки и определим барьеры, препятствующие вовлечению национальной экономики Республики Беларусь в международную экономику.

Развитие экспорта является одним из приоритетных направлений развития белорусской экономики. Это продиктовано тем фактом, что более половины валового внутреннего продукта продается на внешних рынках. Таким образом, растущий экспорт является гарантией устойчивости национальной экономики.

Стимулом для развития экспортноориентированной экономики является сравнительно небольшой внутренний рынок республики. Численность населения, объем внутреннего спроса явно недостаточны для потребления значительных объемов продукции машиностроения, металлообработки, нефтехимической промышленности, агропромышленного комплекса. Поскольку демографические тенденции и другие условия не позволяют надеяться на быстрый рост внутреннего рынка, развитие указанных отраслей прямо зависит от увеличения экспорта.

С другой стороны, экономика Беларуси равно зависит от импорта многих товаров потребления, энергоносителей, сырья и комплектующих. Внутренние финансовые запасы республики не настолько велики, чтобы тратить их на покупку необходимых товаров за пределами страны в необходимом объеме долгое время. Следовательно, источником финансирования импорта также являются доходы от экспорта.

Так образуется замкнутый круг: одних товаров в республике производится больше, чем она может потребить, других значительно меньше. Для приведения системы производства и потребления в равновесие требуется постоянное движение товарных потоков экспорт-импорта [4].

Как и все страны и союзы стран Республика Беларусь формирует определенную законодательную базу, которая может являться как положительным, так и отрицательным фактором выхода страны на зарубежные рынки.

Основными инструментами такого регулирования являются так называемые тарифные и нетарифные барьеры.

В качестве тарифных барьеров выступают пошлины и таможенные платежи.

Одновременно возрастает роль нетарифных барьеров. В отдельных случаях они оказывают более негативное влияние на внешнеэкономическую деятельность, чем тарифные.

Количество нетарифных барьеров существенно увеличивается в периоды спада экономики. Они менее предсказуемы и могут быть установлены в скрытой форме [5].

Также в зависимости от способов выявления и оценки барьеры на экспорт подразделяют на два вида: явные и скрытые.

Явные барьеры, характерные для предприятий экспортеров, представляют собой:

- юридические требования (открытие совместного предприятия с доминирующим участием национальных инвесторов, трансфер технологий, лимитирование репатриации прибыли);
- длину каналов дистрибуции и доступ к ним;
- государственный отраслевой регламент (тарифы, лицензирование, импортные квоты, экспортные ограничения);
- макроэкономическую стабильность (курс валюты, национализация);
- развитость транспортной и логистической системы;
- адаптацию продукции;
- таможенную чистку продукции (количество и пропускаемость таможенных постов, количество и продолжительность таможенных процедур, затраты).

Скрытые барьеры представлены следующими элементами:

- глобальная и локальная конкуренция (этап жизненного цикла товара, картельные соглашения, монополизация рынка);
- национализм и политический фаворитизм;
- правовой нигилизм;
- уровень затрат покупателей при переходе к новому поставщику;
- ценовое преимущество местных компаний (уровень цен, экономия на масштабе, государственное субсидирование национальных компаний);
- частота изменения законодательства;
- влияние культурных и языковых барьеров на коммуникации, маркетинг и продажи (общественные ценности, обычай, нормы поведения, деловые практики, дизайн продукции, название продукции, упаковка, инструктаж установки и пользования, роль членов семьи в принятии решения о покупке);
- политическая стабильность;
- коррупция [6].

Несмотря на объективные сложности, Республика Беларусь после обретения независимости сумела выстроить отношения с внешним миром, не поступившись своими национальными интересами. Это позволило нашей стране уверенно и эффективно продвигать и отстаивать свои внешнеполитические цели и приоритеты.

Источники

1. Новости banki24.by [Электронный ресурс] // Banki24.by. — Режим доступа: <https://banki24.by/news>. — Дата доступа: 12.10.2019.
2. Внешняя торговля Беларуси в первом полугодии 2019 г. [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export/>. — Дата доступа: 12.10.2019.
3. Экономическая газета. Новости [Электронный ресурс] // Экономическая газета. — Режим доступа: <https://neg.by/novosti>. — Дата доступа: 14.10.2019.

4. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://myfin.by>. — Дата доступа: 14.10.2019.
5. Сборники статей различных авторов [Электронный ресурс] // ACADEMIA. — Режим доступа: <https://www.academia.edu/>. — Дата доступа: 15.10.2019.
6. Готовимся к экспорту скрупулезно оценивая барьеры на экспорт [Электронный ресурс] // МАРБ. — Режим доступа: <https://www.becoming-researcher.com/export-barriers/>. — Дата доступа: 15.10.2019.

СНИЛ «Коммерсант»

E. M. Кошанова

Научный руководитель — кандидат экономических наук С. Л. Флерко

РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье представлен анализ лизинговых операций, совершаемых в Республике Беларусь. Появление и становление такой формы предпринимательской деятельности, как лизинг, непосредственно относится к созданию новых рынков услуг. Развитие лизинга решает такие задачи, как обновление основных производственных фондов, повышение конкурентоспособности продукции и эффективности инвестиций, внедрение научно-технических достижений. Лизинговые отношения в Республике Беларусь находятся на стадии развития, но несмотря на это они являются востребованными и поэтому влекут за собой серьезные перспективы.

В условиях становления рыночных отношений в Республике Беларусь и острой необходимости ускоренной модернизации устаревшей материально-технической базы производства особое значение приобретает лизинг.

Лизинг в его современном виде возник в Сан-Франциско в 1952 г. Тогда была создана компания United States Leasing Corporation, которая провозгласила лизинг основным видом своей деятельности. За 35 лет, прошедшие с момента основания первой лизинговой компании, доходы лизингодателей выросли с нуля до 110 млрд дол. США. Сегодня лизинг широко используется во многих развитых мировых державах. Следует отметить, что он является наиболее целесообразным способом организации предпринимательской деятельности [1].

Основная часть мирового рынка лизинговых услуг сконцентрирована в треугольнике США — Западная Европа — Япония. В Западной Европе в роли арендодателей выступают специализированные финансовые (лизинговые) компании, выполняющие роль чисто финансового характера. В 75–80 % случаев лизинговые компании контролируются банками или являются их дочерними обществами, а в остальных — крупными промышленными компаниями, известными на мировом рынке поставщиками [2].

В качестве одной из причин бурного роста лизинговых услуг западные экономисты называют нехватку средств на рынках капитала, препятствую-

щую росту мелких и средних предприятий и вынуждающую их изыскивать альтернативную форму финансирования. С другой стороны, банки зачастую воздерживаются от предоставления ссуд и ряду крупных, быстро расширяющихся фирм, поскольку у последних нередко соотношение между заемным и уставным капиталом находится на предельной отметке.

Международный лизинг активно развивается в Европе и странах Азии, однако в Беларусь есть всего 3 крупные лизинговые компании, которые кроме традиционного лизинга внутри страны специализируются еще и на международном лизинге: ОАО «Промагролизинг», ОАО «АСБ Лизинг» и СООО «Райффайзен-Лизинг».

ОАО «АСБ Лизинг» — универсальная лизинговая компания, предоставляющая своим клиентам услуги финансового лизинга, международного лизинга и лизинга для физических лиц.

Предприятие осуществляет свою деятельность с 2004 г. За это время обществом налажены долгосрочные партнерские отношения с лизингополучателями, производителями и поставщиками предметов лизинга. В течение всего периода деятельности предприятие демонстрирует положительную динамику основных финансовых показателей и на сегодняшний день уверенно занимает лидирующую позицию среди лизинговых компаний Республики Беларусь.

ОАО «Промагролизинг» занимается экспортным лизингом, т.е. приобретает оборудование и технику у белорусских производителей и передает их в пользование на договорных началах иностранным компаниям в основном из СНГ, ЕС и Африки.

СООО «Райффайзен-Лизинг» специализируется на импортном лизинге, т.е. приобретает за рубежом технологическое оборудование либо транспортные средства и передает их в лизинг белорусским компаниям [3].

Существуют препятствия для развития белорусского лизингового рынка, а именно:

- недостаточная осведомленность о преимуществах лизинга среди руководителей предприятий малого и среднего бизнеса;
- неразвитый, дорогой и непредсказуемый рынок фондирования;
- цена ресурсов в белорусских рублях высокая для большинства белорусских предприятий;
- возможности валютного кредитования сильно ограничены;
- думают не о развитии, а о сохранении бизнеса.

В начале 2014 г. в целях совершенствования государственного регулирования лизинговой деятельности в Республике Беларусь Президентом было принято решение о наделении Национального банка полномочиями по регулированию и контролю лизинговой деятельности. При этом перед центральным банком был поставлен ряд задач по развитию лизинговой отрасли в стране, повышению для физических и юридических лиц доступности лизинга как инструмента финансирования.

Подводя итоги работы лизинговых организаций в 2018 г., можно отметить, что данные задачи успешно решаются Национальным банком. Немалая

заслуга в этом принадлежит Ассоциации лизингодателей Беларуси, которая активно участвует в разработке нормативных правовых актов, организует эффективное взаимодействие регулятора и бизнес-сообщества.

По состоянию на 1 января 2019 г. в реестр Национального банка включено 97 лизинговых организаций, совокупный уставный фонд которых составляет 649,7 млн руб. Иностранные инвесторы из Кипра, Эстонии, России, Латвии, Литвы, США, Италии, Австрии, Великобритании, Шотландии в настоящее время имеют долю участия в уставных фондах белорусских лизинговых организаций [4].

Совокупный объем лизингового портфеля лизинговых организаций Беларуси составил 4 265 329 646 бел. руб., что на 36 653 627 бел. руб. (на 0,9 %) больше по сравнению с 01.01.2019 г. Всего за 6 месяцев действовало 393 468 договоров, что на 13 896 договоров меньше (на 3,4 %) по сравнению с 01.01.2019 г.

В сегменте инвестиционного лизинга (договоров лизинга, заключенных с субъектами хозяйствования) лизинговый портфель составил 3,689,913,392 бел. руб., что на 3 146 912 бел. руб. (на 0,1 %) больше по сравнению с 01.01.2019 г. Всего действовало 31 170 договоров, что на 1719 договоров больше (на 5,8 %) по сравнению с 01.01.2019 г.

Одновременно с общим увеличением совокупного объема лизингового портфеля произошло его увеличение в сегменте потребительского лизинга (договоров лизинга, заключенных с физическими лицами). Лизинговый портфель по таким договорам составил 575 416 254 бел. руб. (13,5 % от совокупного размера лизингового портфеля (по состоянию на 31.03.2018 г. удельный вес договоров с физическими лицами в совокупном лизинговом портфеле составлял 11,2 %)), что на 33 506 715 бел. руб. (на 6,2 %) больше по сравнению с 01.01.2019 г. Всего действовало 362 298 договоров, что на 15 615 договоров меньше (на 4,1 %) по сравнению с 01.01.2019 г.

В сегменте договоров международного лизинга произошло уменьшение размера лизингового портфеля, составившего 118 471 571 бел. руб. (88 договоров) (2,8 % от совокупного размера лизингового портфеля), что на 13 558 517 бел. руб. (на 10,3 %) меньше по сравнению с 01.01.2019 г. [5].

Приведенные данные свидетельствуют о незначительном росте размера лизингового портфеля в целом по отрасли. Причем темпы роста лизингового портфеля в сегменте инвестиционного лизинга значительно ниже темпов его роста в сегменте потребительского лизинга. Следует отметить увеличение удельного веса договоров потребительского лизинга в совокупном объеме лизингового портфеля с одновременным уменьшением количества таких договоров, что свидетельствует об увеличении средней стоимости предметов лизинга, передаваемых физическим лицам.

Сегодня международный лизинг является перспективным направлением в приобретении импортной продукции и реализации отечественной.

Для дальнейшего развития лизинга в Республике Беларусь, привлечения инвестиций необходимо предусмотреть дополнительные налоговые и тамо-

женные льготы, в том числе: снижение или отмену таможенных пошлин, налога на добавленную стоимость в отношении оборудования, ввозимого на территорию Республики Беларусь и являющегося объектом международного финансового лизинга, для производства новых видов продукции, имеющих приоритетное значение для развития экономики, не только для конкретных государственных предприятий, но и для всех предприятий, которые будут выпускать такую продукцию.

Для улучшения лизинговой деятельности в Республике Беларусь необходимо реализовать следующие мероприятия:

1) создать равные условия хозяйствования для всех лизинговых компаний независимо от принадлежности, не допуская необоснованный отказ в предоставлении кредитных ресурсов, исключив при этом принцип избирательности;

2) использовать лизинговые сделки между крупными предприятиями и предприятиями малого бизнеса, у которых чаще всего не имеется собственных средств;

3) совершенствовать методологию налогообложения в интересах участников лизинговой сделки с целью увеличения собственных источников финансирования проектов и привлечения потенциальных клиентов в виде предприятий малого и среднего бизнеса;

4) провести организационные мероприятия в учреждениях образования по подготовке специалистов, в совершенстве знающих лизинговую деятельность, которые должны разбираться в вопросах банковского кредитования, бизнес-планирования, знать действующее законодательство и психологию ведения переговоров;

5) реализовать рекламную кампанию с целью популяризации эффективности лизинга как формы обновления основных средств;

6) создать единый информационно-лизинговый центр, который мог бы информировать о лизингодателях и лизингополучателях;

7) использовать международный лизинг, привлекая крупнейшие европейские предприятия. Для этого необходимо создать схему страхования лизинговых сделок, чтобы как лизингодатель, так и лизингополучатель имели определенные гарантии. Можно с полной уверенностью сказать, что лизинг в Республике Беларусь будет наращивать обороты и имеет множество нереализованных возможностей для развития.

Источники

1. Тот самый ЛИЗИНГ: европейское прошлое и белорусская реальность [Электронный ресурс] // Myfin.by. — Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/2973-tot-samyj-lizing-evropejskoe-proshloe-i-belorusskaya-realnost>. — Дата доступа: 15.10.2019.

2. История лизинга в мире [Электронный ресурс] // Альфа-Лизинг. — Режим доступа: <https://alfaleasing.ru/wiki-leasing/obshchie-voprosy/istoriya-lizinga-v-mire/>. — Дата доступа: 15.10.2019.

3. Международный лизинг. Кому это выгодно? [Электронный ресурс] // Info-Bank.by. — Режим доступа: <https://infobank.by/mezhdunarodnyj-lizing-komu-eto-vygodno/>. — Дата доступа: 14.10.2019.

4. Дедков, А. Основные тенденции и направления развития лизинга в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / А. Дедков, Ю. Герасимчик // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/bv/articles/10619.pdf>. — Дата доступа: 15.10.2019.

5. Подведены итоги деятельности лизинговых организаций Республики Беларусь за 1 квартал 2019 г. [Электронный ресурс] // Ассоциация лизингодателей. — Режим доступа: <https://leasing-belarus.by/podvedeny-itogi-deyatelnosti-lizingovuyx-organizacij-respubliki-belarus-za-1-kvartal-2019-g/>. — Дата доступа: 14.10.2019.

СНИЛ «Коммуникатор»

П. И. Грицук, А. Д. Солдатенко

Научный руководитель — кандидат филологических наук Т. Н. Нестерович

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ФОНОВЫХ ПРАКТИК В АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ

Статья посвящена изучению и анализу процесса адаптации студентов из КНР в высших учебных заведениях Республики Беларусь и выявлению особенностей их адаптации, а также разработке конкретных предложений по совершенствованию способов социализации студентов из КНР в высших учебных заведениях Республики Беларусь.

Внедрение разработок может улучшить качество социальной адаптации иностранных студентов во время учебы в вузах Республики Беларусь.

При выполнении работы использованы такие методы исследования, как фокус-группы, систематизации и логического обобщения, сравнительного анализа.

Фоновые практики — это деятельностный контекст, в котором интерпретируется высказывание или поведение. Теория фоновых практик, безусловно, обязана своим появлением аналитической философии и философии обычного языка (Дж. Мур, Дж. Остин, Л. Витгенштейн и др.), в частности само понятие фона было предложено Л. Витгенштейном в его поздней работе «Замечания о философии психологии» [1, с. 253].

Попадая в незнакомую ситуацию, где присутствует множество участников, человек стремится к тому, чтобы наиболее полно раскрыть ее характер с целью соответствия ожиданиям присутствующих. Однако лишь информации об их действительном отношении к нему, об их прошлом социальном и культурном опыте обычно не хватает. И в данном случае для восполнения информации об окружающем мире в рамках определенного контекста используются заменители: случайные реплики, иногда оговорки, как в психоанализе, статусные символы, материальные знаки социального положения и др.

В итоге каждый, кто попадает в ситуацию взаимодействия, оказывается в парадоксальной ситуации: чем больше стремишься понять реальность, недоступную прямому восприятию, тем больше внимания следует уделять внешним проявлениям, видимостям, впечатлениям о курсе действий в прошлом и будущем, которые другие участники создают во время коммуникации.

Культурный шок после переезда на учебу в другую страну испытывает практически каждый студент-иностраник, который до учебы в этой стране не был знаком с окружающей его культурой. Однако переживание культурного шока является частью естественного процесса обучения новому.

Каждому индивиду в процессе аккультурации приходится решать две основные проблемы — сохранение собственной культурной идентичности и необходимость существования в новой культуре. Соответственно выделяют четыре стратегии аккультурации (см. рисунок).



Источник: собственная разработка [2, с. 35].

В настоящее время в высшие учебные заведения Республики Беларусь приезжает множество иностранных студентов, поэтому одной из важных задач вузов является содействие иностранным студентам в адаптации к новой образовательной и культурной среде.

Процесс адаптации иностранных студентов включает в себя [3]:

1. Дидактическую или академическую адаптацию — адаптацию к новым формам организации учебного процесса, принятого в Республике Беларусь, обеспечивающую психологическую готовность к учебной деятельности в условиях новой социально-культурной среды.

2. Адаптацию к иным климатическим условиям. Иностранные, приезжающие в другую страну, испытывают влияние климата, связанное со сменой климатических зон и возможно сбой биоритмов из-за смены часовых поясов.

Под этот пункт подпадают также и воздействия неблагоприятных климатических условий.

3. Адаптацию к иной системе питания. Студенты, проживающие в общежитии, зачастую вынуждены посещать столовую. Внешний вид предлагаемой пищи, ее вкусовые качества, недостаточный ассортимент продуктов — все это представляется студенту непривычным.

4. Психологическую адаптацию. Студенты-иностранцы обладают индивидуально-психологическими особенностями, которые также могут проявляться в адаптационном процессе.

Недостаток информации является фактором, ухудшающим адаптацию. К внутренним факторам, облегчающим адаптацию, относятся опыт человека, особенно в преодолении трудностей, хорошее здоровье и волевые качества; к внешним — целенаправленная работа учебного заведения по адаптации.

Имеют место следующие общие для всех иностранных студентов трудности процесса адаптации:

- низкий общеобразовательный уровень;
- слабая подготовка по профильным дисциплинам и специальным предметам;
- отличие форм и методов обучения в белорусском вузе от форм и методов обучения в высшей школе их родной страны.

Основной проблемой успешного вхождения иностранных студентов в учебный процесс безусловно является противоречие между уровнем готовности (коммуникативной компетенции) иностранных студентов к восприятию учебной информации и требованиями высшей школы [4, с. 25].

Таким образом, в данной работе возникает необходимость выявления основных трудностей при адаптации студентов из Китайской Народной Республики к системе образования Беларусь.

Для выявления основных различий в системе образования КНР и Республики Беларусь был применен метод включенного наблюдения, а также организована фокус-группа из 10 студентов — представителей Китая, которые в настоящее время являются учащимися Белорусского государственного экономического университета. Опрошенные студенты являются представителями не только факультета международных бизнес-коммуникаций, но также ФКТИ, ФФБД, УЭФ. Ребятам из Китая, обучающимся в Белорусском государственном университете, были заданы следующие вопросы:

1. В чем основная разница между повседневной жизнью студента в Китае и Беларусь?

2. Какие моменты были самыми сложными в адаптации к жизни и учебе в Беларусь?

3. Что помогает/помогло адаптироваться (друзья, преподаватели, прогулки по городу и знакомства с местными и т.д.)?

4. Что до сих пор не понимают студенты из Китая в поведении студентов-белорусов относительно учебы?

5. Что студенты-китайцы перенимают в поведении белорусских студентов?

Из полученных ответов можно сделать вывод, что студенты из Китая считают учебу в белорусском университете не настолько увлекательной, как в университете Китая, по некоторым причинам. Одной из таких причин является наличие в Китае обширных студенческих кампусов, в которых расположено множество развлекательных мест для студентов, которые позволяют китайским учащимся проводить больше времени с друзьями, тем самым усиливая социализацию студенческой группы. Отчасти это можно объяснить тем, что обучение в Китае характеризуется коллективным воспитанием. Такая коллективистская составляющая китайской культуры и побуждает студентов держаться вместе.

Практически все опрошенные указали языковой аспект наиболее препятствующим в успешной адаптации. Несмотря на то что большинство абитуриентов из Китая проходят подготовительные курсы при университете по изучению русского языка и основных предметов, необходимых для поступления, часто полученный уровень знаний недостаточен для обучения на уровне с белорусскими студентами. В связи с этим можно сказать, что иностранным студентам необходимо больше мероприятий, которые позволяли бы применять полученные знания на практике, тем самым закрепляя их.

Немногие из приезжающих на учебу в Беларусь студентов из Китая решаются в первое время просить помощи у белорусов, так как испытывают стеснение при обращении за помощью к белорусским студентам. Те студенты, которые по приезде проходили обучение на подготовительном факультете, обращались за помощью и советами к преподавателям. Таким образом, впитанные еще в раннем возрасте идентичность и этнические установки, стиль поведения при общении с иностранцами играют существенную роль в процессе адаптации в иной культуре [5, с. 63].

По причине того, что в университетах Китая учебный процесс отличается от того, как проходят занятия в белорусских вузах, новоприбывшие студенты из Китая не всегда понимают суть тех или иных форм проведения занятий. Как ответила на поставленный вопрос студентка 4-го курса Чжан Хайжун, из-за разницы в форме преподавания в наших странах она [Чжан] на первом курсе не понимала, что такое семинары и нужно ли на них готовить какой-либо учебный материал. Некоторые студенты иногда пытаются манипулировать плохим знанием языка, стремясь уклониться от ответа на занятиях, ссылаясь на то, что полученный на лекциях материал они понимают, но в силу плохого владения русским языком, не могут пересказать [6, с. 72]. Относительно дисциплинарных практик необходимо отметить, что китайским студентам как представителям своего этноса свойственна строгая система норм и моральных ценностей: приоритетная роль семьи, уважение к старшим, рассмотрение нужд других людей как более важных, чем собственные, скромность в представлении своих достижений [7, с. 185].

Прежде всего стоит отметить, что в белорусской культуре отсутствуют ориентация на создание межличностной гармонии и принцип ухода от конфликта. В китайской же ментальности уход от конфликта и сохранение гармо-

нии в межличностном отношении является обязательным. Таким образом, прямое выражение своих мыслей, проявление прямодуния и недостаточной вежливости при взаимодействии с окружающими является нормой в белорусской культуре, однако считается проявлением грубости в китайской [7, с. 187].

На основе собранных в ходе исследования данных был разработан алгоритм для информирования китайских студентов о жизни и учебе в Республике Беларусь, а также для последовательной интеграции в студенческую среду.

Во-первых, до прибытия иностранного студента в Беларусь ему следует высыпать ознакомительные буклеты с информацией следующего содержания:

- средние температурные режимы Республики Беларусь в различное время года;
- даты основных государственных и религиозных праздников Республики Беларусь;
- информация о том, как проходят занятия в университете, виды учебных занятий (лекции/семинарские занятия/лабораторные занятия) и общая информация о том, каким образом следует к ним готовиться;
- какие развлекательные мероприятия организуются в университете студенческим активом и как в них можно принять участие.

Во-вторых, предложить расселять в общежития иностранных студентов не отдельно от студентов из Беларуси, как это организовано в настоящее время, а выделять комнаты также на этажах с белорусами, чтобы студенты общались чаще. По обоюдному желанию студентов из Беларуси и Китая возможно организовать их проживание в одной комнате.

Так как изучение русского языка — наиболее трудный аспект для студентов из Китая, необходимо увеличить количество часов, посвященных изучению русского языка, а также на периодической основе устраивать литературные мероприятия, где студенты могут показать свое знание языка.

Следует также улучшить методы оповещения студентов о мероприятиях студенческой самодеятельности: «Студенческая весна», «Виват, первокурсник!» и др.

В целом студенты-иностранные чувствуют себя комфортно в нашей стране, это говорит о том, что университет создал все условия, необходимые для благоустройства иностранных граждан.

Источники

1. Wittgenstein, L. Remarks on the Philosophy of Psychology / L. Wittgenstein. — Chicago, 1980. — 253 p.
2. Dohrenwend, B. Toward a theory of acculturation / B. Dohrenwend, R. Smith // Southwestern J. of Anthropology. — 1962. — № 1. — P. 30–39.
3. Витенберг, Е. В. Социально-психологические факторы адаптации к социальным и культурным изменениям / Е. В. Витенберг. — СПб., 1995. — 153 с.
4. Гузикова, М. О. Основы межкультурной коммуникации / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. — 126 с.

5. Кджанян, М. Г. Проблемы социальной адаптации личности / М. Г. Кджанян. — Ереван, 1982. — 245 с.
6. Сакума, С. Л. Особенности этносоциальной адаптации вьетнамцев, китайцев, корейцев и японцев в Беларуси в 1980–2011 гг. / С. Л. Сакума. — Минск : Беларус. наука, 2004. — 174 с.
7. Варламова, Н. В. Особенности менталитета китайских студентов / Н. В. Варламова // Омск. науч. вестн. — 2012. — № 1. — С. 179–195.

СНИЛ «Наука»

Н. Ю. Осинцева, А. Е. Солодкина

Научный руководитель — доктор экономических наук Л. С. Маханько

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОГО МОНИТОРИНГА РАСЧЕТОВ С ДЕБИТОРАМИ

В статье исследованы вопросы информационного обеспечения мониторинга своевременности и полноты расчетов с дебиторами. Проведен сравнительный анализ методических подходов выявления и идентификации сомнительной дебиторской задолженности в контексте бухгалтерского, налогового и статистического учета. Обозначены методические несоответствия. Определена актуальность унификации данных о сомнительной и безнадежной дебиторской задолженности в названных учетных системах, что повысит качество контрольных работ и оперативность принятия управленческих решений.

Финансовая стабильность организации, ее экономическая устойчивость, способность достижения заданных темпов развития предопределяются обеспечением бесперебойного положительного денежного потока, формирующего монетарное покрытие основных финансово-экономических показателей, включая прибыль. Соответственно непрерывный контроль полноты и своевременности расчетов с дебиторами становится значимой предпосылкой финансовой устойчивости.

Следует отметить, что непрестанный мониторинг позволил не допустить значительного роста удельного веса просроченной дебиторской задолженности в экономике республики. За последние пять лет он колебался в пределах 20 % с небольшими отклонениями. Однако в абсолютном выражении цифры остаются существенными (табл. 1).

Таким образом, контроль своевременности и полноты расчетов с дебиторами является важнейшим элементом финансового менеджмента. В качестве информационной базы контроля принимаются данные учета, который на современном этапе развития на уровне отдельно взятой организации реализуется в трех ипостасях: статистический (как элемент первичного наблюдения

Таблица 1

Состояние расчетов с дебиторами в Республике Беларусь за 2014–2018 гг., млрд руб.

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Дебиторская задолженность	218 745,6	269 822,1	29 943,5	33 481,7	38 334,6
Из нее просроченная	40 477,0	60 416,7	6 857,5	7 059,4	8 007,7
Удельный вес просроченной дебиторской задолженности, %	18,5	22,4	22,9	21,1	20,9

Источник: собственная разработка на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

для формирования макроэкономической статистики), налоговый и бухгалтерский. Несмотря на то что в качестве первичной точки отсчета неизменно выступает одно и то же экономическое событие и сведения о нем фиксируются, как правило, в одном документе, последующая группировка и систематизация результирующих данных может значительно различаться в представленных видах учета. Однако прежде чем перейти непосредственно к компаративному анализу методических подходов формирования информации о расчетах с дебиторами в рамках бухгалтерского, статистического и налогового учета, структурируем сам объект исследования — дебиторскую задолженность. Современное законодательство по критерию вероятности взыскания выделяет четыре группы задолженности: текущая (непросроченная) дебиторская задолженность; просроченная дебиторская задолженность; сомнительная дебиторская задолженность; безнадежная дебиторская задолженность.

В контексте бухгалтерского, налогового и статистического учета текущая задолженность — это задолженность, по которой не истек установленный договором срок. Следующим по широте охвата является понятие «просроченная задолженность». Ее определение дано в нормативных документах, регулирующих статистический учет, а именно «к просроченной (дебиторской, кредиторской) задолженности, просроченной задолженности по кредитам и займам относится задолженность, не погашенная в сроки, установленные договорами или законодательством» [1].

Очевидно, что с позиции финансового менеджмента просроченная задолженность становится объектом непрерывного мониторинга и усиленного контроля. Так как аналитический бухгалтерский учет ведется в разрезе каждого дебитора, то информация о просроченной дебиторской задолженности очевидно формируется и в системе бухгалтерского учета. В контексте налогового учета обосновленному учету подлежит только сомнительная торговая дебиторская задолженность, по которой организации предоставлено право формировать резерв [2].

Дебиторская задолженность признается сомнительным долгом при соблюдении трех условий: 1) возникла за реализованную продукцию, товары

(работы, услуги). В бухгалтерском учете такая задолженность, как правило, учитывается на счете 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»; 2) не погашена в срок, установленный договором или законодательством, а если такой срок не установлен, — в течение 12 месяцев с даты возникновения; 3) не обеспечена соответствующими гарантиями [3].

Принимая во внимание невысокую вероятность взыскания сомнительной дебиторской задолженности и в бухгалтерском, и в налоговом учете, допускается создание резерва по сомнительным долгам. В переводе с французского слово *reserve* означает «запас», или с латинского *reservo* — «сохраняю, сберегаю». Многие специалисты полагают, что резерв представляет собой неявный и скрытый расход. И именно расход, потому что средства резерва нельзя использовать на иные цели, а скрытый потому, что средства при этом сразу не расходуются, а некоторое время остаются в распоряжении организации и используются только при чрезвычайных ситуациях. Практика создания резервов находит широкое применение согласно международным стандартам финансовой отчетности [4].

Таким образом, можно констатировать следующее. Несмотря на тот факт, что информационный массив о просроченной дебиторской задолженности формируется в системе бухгалтерского учета, акцентируется просроченная дебиторская задолженность в формах статистической отчетности, а в рамках бухгалтерского и налогового учета особо выделяется сомнительная дебиторская задолженность — понятие более узкое в сравнении с просроченной задолженностью. Последнее выражается в полноте охвата объекта (просроченная задолженность — это не только торговая задолженность за реализованные товары, работы, услуги, но и задолженность по авансам выданным), а также в параметрах обеспечения (сомнительная задолженность — задолженность ничем не обеспеченная).

Следующий аспект несоответствия методических подходов к формированию информационного массива находится в области пересечения бухгалтерского и налогового учета сомнительной дебиторской задолженности и резервов по ней. Основные параметры несоответствия обобщены в табл. 2.

Таблица 2

Сравнительный анализ порядка формирования резерва по сомнительным долгам в бухгалтерском и налоговом учете

Критерии различия	Бухгалтерский учет	Налоговый учет
1	2	3
Обязанность составления	Обязанность	Право
Период составления	Периодичность составления указывается в учетной политике	На конец отчетного (налогового) периода

Окончание табл. 2

1	2	3
Метод формирования	Предписывается три возможных направления: по каждому дебитору; по группе; в целом по дебиторской задолженности. При формировании резерва по каждому дебитору — на основе анализа его платежеспособности	Создается на основании инвентаризации расчетов по каждому дебитору. Порядок формирования ставится в зависимость от периода возникновения: свыше 90 дней; от 45 до 90 дней; менее 45 дней. Результаты анализа платежеспособности дебитора на величину резерва не влияют
Ограничения по размеру	Отсутствуют	Величина не может превышать 5 % выручки от реализации с учетом НДС

Источник: собственная разработка.

Из данных табл. 2 следует, что основные различия затрагивают такие принципиальные аспекты, как порядок составления и предельный размер резерва. Очевидно, что в качестве информационной базы контроля своевременности и полноты расчетов с дебиторами выступают в первую очередь данные бухгалтерского и статистического учета. Однако, принимая во внимание стремление любой экономической системы к минимизации затрат, можно допустить, что упрощенный порядок формирования резерва по сомнительным долгам, регламентированный налоговым законодательством и напрямую не связанный с анализом платежеспособности дебитора, может привести к недопустимому по критерию достоверности формирования финансовой информации упрощенному порядку расчета аналогичных резервов и в системе бухгалтерского учета.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сформулировать следующие выводы. Контроль своевременности и полноты расчетов с дебиторами является важнейшей задачей менеджмента и предопределяет устойчивость и стабильность финансовой системы организации. Информационная основа контроля формируется в рамках статистического и бухгалтерского учета, на практику которого может оказывать значительное влияние действующий регламент налогообложения (налоговый учет). Имея изначально единый ресурс сведений о просроченной дебиторской задолженности, в каждой из перечисленных систем формируется своя отчетная информация, которая по ряду параметров не совпадает. Вместе с тем унификация и однотипность методических подходов признаются значимыми характеристиками качества любой многоуровневой информационной системы. Наоборот, различие подходов может привести к десистематизации формируемой итоговой информации и затруднениям в ее оценке внешними пользователями. Исходя из изложенного представляется актуальным и значимым дальнейшее совершенствование нормативно-правовой базы в части исследуемого вопроса,

что позволит повысить качество и оперативность принимаемых управлени-ческих решений.

Источники

1. Об утверждении формы государственной статистической отчетности 12-ф (расчеты) «Отчет о состоянии расчетов» и указаний по ее заполнению [Электронный ресурс] : постановление Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 15 янв. 2014 г., № 9 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2018.
2. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) [Электронный ресурс] : 29 дек. 2009 г., № 71-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2018 г. № 159-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2018.
3. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов [Электронный ре-сурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 30 сент. 2011 г., № 102 : в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 22.12.2018 г. № 74 // Консуль-тантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Бе-ларусь. — Минск, 2018.
4. Головач, О. В. Учет и отражение в отчетности резервов, условных активов и условных обязательств в учетной практике Республики Беларусь согласно МСФО (IAS) 37 / О. В. Головач, О. А. Бондаренко // Бух. учет и анализ. — 2019. — № 2. — С. 3–13.

СНИЛ «Оптима»

Ю. А. Артеменко, М. А. Колосова, Е. А. Лапицкая
Научный руководитель — Ю. Б. Вашкевич

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦИФРОВЫХ УСЛУГ В ЕАЭС: АНАЛИЗ В КОНТЕКСТЕ ГРАВИТАЦИОННОЙ МОДЕЛИ

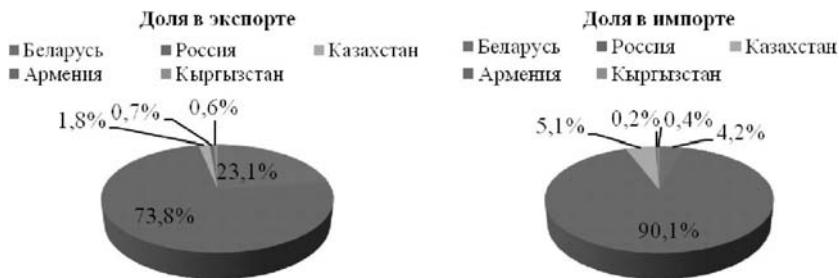
В статье приведен анализ развития цифровых услуг и торговли цифровыми услугами в Евразийском экономическом союзе. Авторами выявлены тенденции развития торговли цифровыми услугами, а также развития каждого из трех видов цифровых услуг на территории стран — участниц ЕАЭС. Кроме того, в статье приводится регрессионный анализ гравитационной модели торговли цифровыми услугами для стран — участниц ЕАЭС, а именно приводятся результаты анализа влияния таких факторов, как валовой внутренний продукт на душу населения, численность населения, членство в ЕАЭС на объемы торговли цифро-выми услугами между странами — участниками данного интеграционного объе-динения.

В современных условиях развития мировой экономики уровень цифровизации, степень распространения торговли цифровыми услугами оказывают значительное влияние на конкурентоспособность стран, экономических союзов и других интеграционных объединений. Страны и их объединения по всему миру проводят многочисленные реформы, связанные с внедрением цифровых технологий в различные сферы жизни общества, в том числе и в экономику. Для Евразийского экономического союза переход к цифровой экономике является ключевой движущей силой экономического роста, что обуславливает стремление государств — членов ЕАЭС к повышению уровня цифровизации в качестве приоритетного направления развития.

Каждая из стран — участниц ЕАЭС направляет усилия на создание единых цифровых платформ, поиск новых цифровых решений, а также на создание новых рабочих мест и развитие ранее несуществующих областей деловой активности. Проведенный анализ развития каждого из трех видов услуг в соответствии с классификацией ОЭСР (электронная торговля, цифровые торговые потоки, информационно-коммуникационные услуги), а также анализ действий стран — членов ЕАЭС по совершенствованию цифровой инфраструктуры и повышению уровня цифровизации позволил выявить характерные для ЕАЭС тенденции развития торговли цифровыми услугами.

Во-первых, роль цифровых технологий в ЕАЭС постоянно растет, о чем свидетельствуют совместные усилия стран по созданию единых платформ оказания услуг, ведению статистики экспорта и импорта цифровых услуг, а также подписание Цифровой повестки до 2025 г., которая по оценкам экспертов приведет к росту ВВП и занятости в цифровой сфере, а также устранению барьеров в торговле цифровыми услугами [1]. Во-вторых, наблюдается рост оборота электронной торговли (первый вид услуг по ОЭСР) в среднем на 30 % ежегодно, при этом в мировом обороте электронной торговли доля электронной торговли на территории ЕАЭС составляет 0,07 %, или 20 млрд дол. Здесь также стоит упомянуть неравномерность цифрового развития членов ЕАЭС, так как Кыргызстан является единственной участницей ЕАЭС, в которой рынок электронной коммерции находится на этапе зарождения, в то время как Россия является лидером по объемам электронной торговли, а также единственной страной, предоставляющей подробную информацию по ней. Кроме того, в соответствии с рисунком Россия является лидером по экспорту и импорту телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг — 73,7 и 90,1 % соответственно (третий вид услуг по ОЭСР).

В-третьих, наблюдается ежегодный рост количества пользователей сети Интернет во всех странах ЕАЭС, при этом во всех странах кроме Кыргызстана в 2017 г. более 70 человек из 100 были пользователями Интернета. Также стоит отметить, что Беларусь, Россия и Казахстан входят в двадцатку развивающихся стран-лидеров по доле пользователей Интернета, одновременно являющихся пользователями социальных сетей и совершающих покупки онлайн: седьмое, десятое и девятнадцатое места соответственно. По доле участников электронной торговли в общем количестве интернет-пользователей Беларусь является лидером (25 %) [3].



Доля стран — участниц ЕАЭС в общем объеме экспорта и импорта телекоммуникационных, компьютерных и информационных услуг в страны ЕАЭС, %

Источник: собственная разработка на основе данных [2].

В-четвертых, развиваются потенциальные информационно-коммуникационные услуги (так называемые услуги РІСТЕ): интернет-банкинг, образовательные онлайн-услуги, онлайн-услуги здравоохранения. Страны ЕАЭС прилагают усилия по созданию «единого окна» и единой платформы для оказания электронных государственных услуг, однако официальная статистика пока не предоставляется. Здесь также важно отметить деятельность стран по развитию второго вида услуг по ОЭСР — цифровых торговых потоков или торговлю услугами через цифровые платформы: ведется работа по созданию интегрированной информационной системы, а также разрабатывается регулирование торговли услугами через такие онлайн-платформы, как Uber, Facebook и др. Работа над формированием мер регулирования таких онлайн-платформ ведется во многих странах мира, и одним из способов регулирования, который введен и на территории некоторых стран ЕАЭС (Россия, Беларусь), является взимание налога на добавленную стоимость.

Стоит отметить, что для эффективного развития цифровых услуг и торговли ими, в том числе и на территории ЕАЭС, необходимо выявить основные факторы, влияющие на быстрое развитие этих услуг. Масштабы влияния таких факторов, как валовой внутренний продукт на душу населения, численность населения, наличие общего языка, границы и др. на объемы цифровой торговли можно проанализировать с помощью гравитационной модели, которая в настоящее время адаптирована для применения к цифровым услугам и использование которой поможет сконцентрировать внимание на наиболее значимых для торговли услугами факторах и направить усилие на их совершенствование и развитие.

С помощью гравитационной модели можно выявить факторы, оказывающие влияние на количество просмотров веб-страниц, т.е. на один из видов цифровой торговли — цифровые потоки данных. Для оценки факторов, оказывающих влияние на количество просмотров веб-страниц, можно использовать модель, сконструированную на основе модели Дж. Алавераса и Б. Мартенса

(2015), а также модели исследователя Кейта Уолша (Институт международных интеграционных исследований в Дублине). Данная гравитационная модель может применяться для любых видов услуг и представлена в формуле (1) [4]:

$$\begin{aligned} \ln M_{ijt} = & a_{ij} + b_1 \ln GDPpc_{it} + b_2 \ln GDPpc_{jt} + b_3 \ln Pop_{it} + b_4 \ln Pop_{jt} + \\ & + b_5 \ln Distance_{ij} + b_6 Adjacency_{ij} + b_7 Language_{ij} + b_8 EAEU_{ij} + \varepsilon_{ijt}, \end{aligned} \quad (1)$$

где M_{ijt} — количество просмотров белорусскими интернет-пользователями веб-страниц онлайн-магазинов России ($j = 1$), Казахстана ($j = 2$), Армении ($j = 3$), Кыргызстана ($j = 4$). В первоначальной модели данная переменная отвечает за импорт (экспорт) услуг из страны i в страну j . Так как в соответствии с классификацией цифровые потоки данных — один из видов цифровой торговли, следовательно, за переменную M_{ijt} могут отвечать просмотры веб-сайтов; $GDPpc_{it}$ — ВВП на душу населения в Беларуси (i) по состоянию на 2014 г. ($t = 1$), 2015 г. ($t = 2$), 2016 г. ($t = 3$), 2017 г. ($t = 4$), 2018 г. ($t = 5$); $GDPpc_{jt}$ — ВВП на душу населения в России (если $j = 1$), Казахстане (если $j = 2$) и т.д. по состоянию на 2014 г. ($t = 1$), 2015 г. ($t = 2$), 2016 г. ($t = 3$), 2017 г. ($t = 4$), 2018 г. ($t = 5$); Pop_{it} — население Беларуси по состоянию на 2014 г. ($t = 1$), 2015 г. ($t = 2$) и т.д.; Pop_{jt} — население России (если $j = 1$), Казахстана (если $j = 2$) и т.д. по состоянию на 2014 г. ($t = 1$), 2015 г. ($t = 2$) и т.д.; $Distance_{ij}$ — расстояние между столицей Беларуси и столицей России (если $j = 1$), Казахстана (если $j = 2$) и т.д.; $Adjacency_{ij}$ — фиктивная переменная, равная 1, если страны имеют общую границу, и 0, если нет; $Language_{ij}$ — фиктивная переменная, равная 1, если официальный язык стран совпадает, и 0, если нет; $EAEU_{ij}$ — фиктивная переменная, равная 1, если обе страны являются членами ЕАЭС, и 0, если нет.

Стоит отметить, что построенная для ЕАЭС модель обладает высоким качеством: коэффициент детерминации $R^2 = 0,9967$, что означает, что 99,67 % вариации результата (т.е. количества посещений) объясняется вариацией представленных в уравнении факторов и только на 0,33 % другими случайными или неучтенными факторами. Проведенный регрессионный анализ позволил выявить, что увеличение валового внутреннего продукта в обеих попарно исследуемых странах оказывает положительное влияние на цифровые потоки данных, т.е. увеличивает количество просмотров онлайн-страниц. Кроме того, рост численности населения в любой другой стране кроме Беларуси положительно влияет на количество просмотров, в то время как рост численности населения в Беларуси приводит к снижению объема цифровых торговых потоков, что объясняется тем фактом, что население Беларуси больше доверяет отечественным веб-сайтам.

В соответствии с уравнением регрессии увеличение расстояния оказывает положительное влияние на объемы цифровых потоков данных. Тем не менее в действительности расстояние может оказывать не очень значительное влияние на цифровые услуги, так как вся цифровая торговля происходит с помощью сети Интернет. Что касается включенных в модель фиктивных переменных, то анализ показал, что количество просмотров белорусскими интернет-пользователями веб-страниц стран — участниц ЕАЭС выше примерно на 18 просмотров, если у стран есть общая граница, выше примерно на 10 про-

смотров, если официальный язык стран русский, при неизменных значениях других факторов, включенных в модель. При этом в соответствии с моделью количество просмотров веб-страниц не зависит от членства в ЕАЭС.

В целом, наиболее значимыми для международной торговли цифровыми услугами в результате анализа регрессии оказались расстояние между странами, языковые барьеры, а также наличие общей границы между странами. Тем не менее регрессионный анализ показал, что вследствие варьирования статистической значимости переменных, влияющей на использования модели для прогнозирования, необходим тщательный подбор переменных уравнения множественной регрессии с целью выявления всех факторов, оказывающих более значительное влияние на развитие торговли цифровыми услугами. Использование гравитационной модели в отношении торговли цифровыми услугами в рамках ЕАЭС даст положительные результаты и позволит выявить приоритетные направления развития экономики для более быстрого достижения высокого уровня цифровизации каждой страны — участницы Евразийского экономического союза.

Источники

1. Цифровая повестка ЕАЭС 2025: перспективы и рекомендации. Обзор совместного исследования Всемирного банка и Евразийской экономической комиссии. — М., 2016. — 2 с.
2. Экспорт и импорт услуг в Евразийском экономическом союзе : стат. бюл. / Евраз. экон. союз. — М., 2018. — 54 с.
3. Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade And Development. — N.Y. and Geneva : UNCTAD, 2017. — 130 p.
4. Walsh, K. Trade in Services: Does Gravity Hold? A Gravity Model Approach to Estimating Barriers to Services Trade / K. Walsh // Department of Economics & Institute for International Integration Studies, Trinity College. — Dublin, 2006. — 37 p.

СНИЛ «Поиск»

*А. Ю. Гатило, Е. А. Заболотникова, Н. М. Кречко,
К. В. Мазик, П. Ю. Филон*

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. А. Сушкевич

ТОРГОВАЯ МАРКА «МАРК ФОРМЭЛЬ»: ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ

В работе представлены результаты исследования потребительской лояльности в отношении торговой марки «Марк Формэль» на внутреннем рынке.

ООО «Марк Формэль» — один из ведущих белорусских производителей женского, мужского и детского белья, одежды из трикотажа, чулочно-носочной продукции и различных аксессуаров.

Торговая марка «Марк Формэль» объединяет три компании: «Гранд-партнер», «Формэль» и «Марк Формэль». Компания размещает производства в небольших белорусских городах, чтобы иметь преимущество над производителями белья, сотрудничающими с фабриками в Китае, в скорости выпуска новых коллекций и логистике. Это позволяет снижать затраты на производство продукции и делать ее доступной по цене для большинства покупателей.

С момента основания торговая марка «Марк Формэль» стала лидером легкой промышленности в Беларуси. Такой результат был достигнут благодаря высокому профессионализму команды, инновационному подходу разработки дизайна продукции в сочетании с использованием новейшего оборудования, европейским стандартам качества.

Выпуск продукции «Марк Формэль» осуществляется малыми партиями (в зависимости от сезона, цвета и фасона), а ассортимент обновляется стремительно — это позволяет быстро реагировать на колебания спроса на рынке [1].

Целевую аудиторию «Марк Формэль» составляют преимущественно следующие группы:

- женщины в возрасте 25–35 лет (ядро). Средний доход, живут в городе, в отношениях (имеют семью, детей). Следуют за модой, ценят качественные, безопасные, износостойчивые, незаурядные вещи, не погрязли в быту, следят за собой, активные (общаются в социальных сетях, мессенджерах), с чувством юмора, открыты к экспериментам. При посещении магазина представительницы данной группы, как правило, покупают одежду не только для себя, но и для детей/мужа, этот процесс прослеживается в наполненности среднего чека;
- девушки в возрасте 18–25 лет. Ограниченный бюджет, студентки, постоянно находящиеся в движении, эмоциональные, стильные, следуют мировым модным тенденциям, любят комфорт, яркие цвета, красочные принты, главной ценностью являются развлечения и новые ощущения;
- мужчины 25–35 лет. Средний доход, живут в городе, состоят в отношениях (имеют семью, детей). Покупают ситуативно, как правило, когда что-то понадобилось, не склонны к импульсным покупкам. Обычно для них покупают женщины. Целеустремленные, любят активный отдых, занимаются спортом, непрятязательны в моде, главное, чтобы было удобно.

Ключевые драйверы потребления продукции «Марк Формэль»: яркий дизайн и оригинальные модели; комфорт, вещи на каждый день; доступность; приятные мелочи — много недорогих веселых вещей, чтобы порадовать себя или подарить близким; престиж — простые недорогие вещи, которые при этом не стыдно носить.

С целью оценки существующего уровня удовлетворенности продукцией торговой марки «Марк Формэль» был проведен опрос клиентов одноименного магазина в возрасте до 25 лет. Выборка составила 105 человек, из них более 80 % опрашиваемых — лица женского пола.

В ходе исследования была использована методика, основанная на показателе NPS — индексе потребительской лояльности. Данный метод позволяет

компании понять, с какой вероятностью покупатели порекомендуют ее продукцию своему окружению, а также причину такого ответа. Полученное значение может находиться в пределах [−100;100], т.е. наихудший и наилучший сценарий [2].

Респонденты отвечали на ряд вопросов, в том числе «Какова вероятность, что вы порекомендуете продукцию торговой марки «Марк Формэль» своему другу или коллеге?» Ответы респондентов были распределены по категориям: промоутеры (оценка 9–10), нейтралы (оценка 7–8), критики (оценка 0–6).

По результатам опроса доля нейтралов среди респондентов составила 48,6 %, критиков — 26,8 %, промоутеров — 24,7 %. Показатель NPS равен — 2,1 %, однако из-за размеров выборки велика вероятность ошибки. Наибольшую долю занимают нейтралы, поэтому целесообразно обратить внимание именно на них, стимулировать их переход в группу промоутеров.

Респонденты отметили такие положительные ассоциации с исследуемой торговой маркой, как невысокая цена, ярко и свежо, приемлемое качество, неплохие базовые вещи.

Среди негативных комментариев звучали следующие: неправильный раскрой, в результате чего одежда деформируется при носке и стирке; дешево, качество некоторой продукции не удовлетворяет в полной мере; не устраивает дизайн одежды и ассортимент продукции в фирменных магазинах.

По результатам исследования разработаны следующие предложения по повышению лояльности клиентов ООО «Марк Формэль»:

- использовать коллаборацию торговой марки с белорусской медицинской личностью и потребителем, выигравшим конкурс в социальных сетях компании (в частности, в Instagram), с созданием совместной капсульной коллекции одежды и аксессуаров;
- использовать материалы более высокого качества, улучшить технологию раскroя;
- для улучшения качества обслуживания покупателей в фирменных магазинах ООО «Марк Формэль» необходимо регулярно проводить внутреннее обучение сотрудников и использовать проверку методом «тайный покупатель». Метод «тайный покупатель» для начала необходимо осуществлять хотя бы один раз в два месяца в выборочных магазинах. Возможностью улучшения качества обслуживания является организация конкуренции между сетью фирменных магазинов по уровню обслуживания и мотивация сотрудников. При этом способ мотивации может быть не только финансовый (в зависимости от количества покупок в чеке и др.), но также и дополнительные бонусы, например, в виде билетов в театр, ужина в ресторане, посещение мастер-класса и т.п.;
- продолжать активно использовать рекламу (печатную, радио, в СМИ), участвовать в выставках и ярмарках;
- использовать приемы, направленные на конечного потребителя (отрывные наклейки, купоны, лотереи и т.д.) и на посредническое звено (бонусы, разнесение платежа во времени и др.);

- проводить совместную рекламу с сетью розничных магазинов продовольственных товаров, в свою очередь это позволит компании сообщать о своих товарах непосредственно в местах продажи, а розничному продавцу оформить рекламу в магазине частично за счет средств компании;
- использовать инструменты мерчандайзинга;
- проводить PR-кампании, направленные на увеличение потребительского спроса на продукцию и информирование потребителя о новинках, свойствах продукции;
- осуществлять мероприятия пробного маркетинга для вывода на рынок новой продукции, информирования потребителей о свойствах продукции и пр.

Источники

1. О компании Mark Formelle [Электронный ресурс] // Официальный сайт Mark Formelle. — Режим доступа: <https://markformelle.by/info/about/>. — Дата доступа: 03.09.2019.
2. Райхельд, Ф. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь : пер. с англ. / Ф. Райхельд., Р. Марки. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. — 336 с.
3. Методика Net Promoter Score. Измерение уровня лояльности клиентов [Электронный ресурс] // Исследовательская компания «РАДАР». — Режим доступа: https://radar-research.ru/goals/client_loyalty_and_satisfaction. — Дата доступа: 03.09.2019.

*СНИЛ «Проблемы и перспективы развития
банковского бизнеса в Республике Беларусь»*

М. Н. Колмакова

Научный руководитель — кандидат экономических наук Ж. В. Бобровская

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ КРЕДИТОВАНИЯ ЭКСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Специфические характеристики национальной экономики Республики Беларусь предопределяют высокую зависимость ее экспорта от внешних рынков и внешней торговли и, следовательно, необходимость дополнительных рычагов и механизмов стимулирования экспортной деятельности.

Торговые отношения Беларусь поддерживает более чем со 180 государствами мира. Основным торговым партнером Беларуси является Российская Федерация, на ее долю приходится около 40 % белорусского экспорта и более половины объема импорта. Второе место в товарообороте Беларуси занимает Европейский союз, на долю которого приходится около 30 % белорусского экспорта и пятая часть импорта. К числу европейских стран, с которыми Бе-

ларусь имеет наиболее развитые торгово-экономические отношения, относятся Великобритания, Германия, Литва, Нидерланды, Польша, Латвия, Италия, Бельгия, Чешская Республика. Среди стран СНГ, после России, второе место занимает Украина, третье — Казахстан. Динамично развиваются торговые отношения с традиционными партнерами в Латинской Америке — Эквадором, Кубой, Бразилией, в Азиатском регионе — Китаем, Сирией, ОАЭ, Катаром, Индонезией [1, с. 14].

В Республике Беларусь в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 21 июня 2011 г. № 261 создан специализированный финансовый институт ОАО «Банк развития Республики Беларусь». Главной целью деятельности банка является развитие системы финансирования государственных программ и реализация социально значимых инвестиционных проектов. Банк развития призван выполнять три основные задачи:

- финансирование долгосрочных и капиталоемких инвестиционных проектов в рамках реализации государственных программ и мероприятий;
- приобретение активов, сформированных другими банками в рамках реализации государственных программ и мероприятий;
- предоставление льготных экспортных кредитов для поддержки крупных проектов отечественных предприятий-экспортеров.

Для достижения целей и решения задач своей деятельности ОАО «Банк развития Республики Беларусь» предоставлено право осуществлять отдельные активные и пассивные операции, которые характерны для иных банков (кредитование, привлечение средств бюджета в депозиты, размещение средств на рынке, открытие счетов, проведение расчетов, валютные операции), без необходимости получения в Национальном банке Республики Беларусь лицензии на их проведение. Дополнительно Банку развития предоставлено исключительное право выступать в качестве банка — агента Правительства по обслуживанию и погашению внешних государственных заемов, а также предоставлять кредиты иностранным банкам и импортерам — покупателям белорусского экспорта. Одним из структурных элементов внешнеторговой политики государства, посредством инструментов которого появляется возможность государственного стимулирования внешнеторговых операций, является внешнеторговое кредитование. Экспортное финансирования в сравнении с иными видами банковского кредитования обладает рядом преимуществ. Первым преимуществом является конкурентная стоимость финансирования для кредитополучателя (импортера белорусского экспорта). Кредитные ресурсы стран Западной Европы и США значительно дешевле, чем кредиты отечественных банков (что особенно актуально в период кризисных изменений рынка), и даже учитывая комиссионные расходы за проведение документарных операций (за конвертацию и перевод средств, за подтверждение аккредитива, комиссия за обязательство, комиссия за организацию сделки, маржа иностранного банка и др.) конечная стоимость ресурсов сложится ниже рыночной ставки на сопоставимый срок и валюты на отечественном кредитном рынке.

В соответствии с правилами и обычаями стран — членов ОЭСР в рамках внешнеторговых кредитных сделок используется ставка LIBOR (EURIBOR) или коммерческая ставка CIRR. Ставка CIRR (Commercial Interest Reference Rate) — минимальная официальная ставка по экспортным кредитам, которая может быть установлена экспортными кредитными агентствами в странах, входящих в состав Организации экономического сотрудничества и развития. Ставки пересчитываются ежемесячно и базируются на ставке процента по государственным облигациям, размещенным на внутреннем рынке данной страны в национальной валюте. В Республике Беларусь минимальная официальная процентная ставка по экспортным кредитам в национальной валюте (ставка CIRR) в отличие от развитых стран не базируется на ставке процента по государственным ценным бумагам, а привязана к ставке рефинансирования Национального банка Республики Беларусь (2/3 ставки рефинансирования), что по данным на 01.10.2019 г. составляет 6,33 % годовых и является льготной процентной ставкой по сравнению со ставками по стандартным банковским кредитам в белорусских рублях с подобным обеспечением и на такой же срок. Для сравнения: уровень аналогичной ставки на международном рынке составляет от 2,49 до 2,55 %. Окончательная коммерческая процентная ставка включает кроме ставки CIRR страховую премию и маржу банка (в среднем от 1 до 4 % годовых). Таким образом, окончательная коммерческая процентная ставка по экспортным кредитам с поддержкой государства по 01.10.2019 г. сложилась на уровне около 7,33–10,33 % годовых. Ставка CIRR в национальной валюте в настоящее время не является окончательной эффективной коммерческой процентной ставкой заимствований на внутреннем рынке Республики Беларусь, а является льготной минимальной ставкой.

Вторым преимуществом для субъектов внешнеэкономической деятельности являются сравнительно «длинные» сроки финансирования. Преимущество реализуется благодаря наличию максимально возможной отсрочки платежа за товар для импортера либо возмещения кредита для экспортера. Для «покупателя банковского продукта» торговое финансирование представляет преимущества в сравнении с банковским кредитом посредством предоставления финансирования на длительные сроки (до полного завершения проекта или последней поставки), в отдельных случаях до 10 лет (при финансировании под страховку национальных экспортных агентств).

Третьим преимуществом является минимизация рисков, связанных с невыполнением партнерами контрактных обязательств. При импортных сделках исполнение документарного аккредитива (который является гарантией платежа) в пользу продавца-экспортера осуществляется банком только после документарного подтверждения поставки (отгрузки в адрес покупателя-импортера) товара. При этом риск неоплаты товара (или его непоставки) может быть минимизирован за счет применения другого документарного инструмента — банковской гарантии. Благодаря предэкспортному финансированию у экспортера появляется возможность не только профинансиро-

вать производство либо закупку товара, но и получить гарантию снижения риска неплатежа со стороны покупателя от иностранных экспортных агентств и банков.

Четвертым преимуществом является диверсификация источников финансирования бизнеса. Клиенты банка, использующие схемы торгового финансирования проектов и программ, используют дополнительный источник их долгосрочного кредитования, что обеспечивает гибкость в управлении будущими потребностями в финансировании.

Пятое преимущество — дополнительные возможности работы на международных финансовых рынках, укрепление взаимоотношений с международными банковскими институтами и расширение доступа к международным кредитным рынкам и услугам экспортных агентств [2, с. 15].

Как эффективный способ продвижения белорусских товаров на внешние рынки особенно актуальным в условиях переходного периода, в особенности малых открытых экономик, в частности для экономики Республики Беларусь, представляется кредит покупателю отечественных товаров (экспортное финансовое кредитование). Исключительным правом на осуществление подобного рода механизмов торгового финансирования обладает ОАО «Банк развития Республики Беларусь». Предоставление экспортных кредитов банкам и покупателям белорусских товаров и услуг позволяет белорусским предприятиям наращивать объемы производимой и реализуемой на экспорт продукции, подкрепленные реальными поступлениями валютной выручки в страну, снижать собственную кредитную нагрузку, повышать эффективность своей деятельности, разрабатывать более конкурентные предложения для работы на внешних рынках.

Роль кредитования экспорта как основного инструмента стимулирования внешнеэкономической деятельности в условиях кризисных изменений рынков заключается:

- в увеличении оборотного капитала;
- ускорении процесса реализации и увеличении объемов поставок товара;
- покрытии расходов по кредитованию за счет полученной выручки, обеспечивая этим высокую эффективность сделок;
- стимулировании ВЭД субъектов хозяйствования;
- создания дополнительного спроса на мировом рынке для поддержания конъюнктуры;
- усиления заинтересованности во внешнеторговых кредитах за счет постоянного роста цен на продукцию мировых рынков.

В целом, можно определить основные закономерности развития внешней торговли Беларуси в период кризисных изменений глобальных рынков:

1) волатильность объемов внешней торговли, как в физическом, так и в денежном выражении. Спады объемов экспорта были обусловлены неблагоприятной конъюнктурой мирового рынка, санкциями и финансовыми проблемами в Российской Федерации, а импорта — снижением цен на энергоносители в рамках Таможенного союза и Единого экономического про-

странства, а также снижением потребительского импорта при падении уровня доходов;

2) географическая структура экспорта трансформировалась в сторону увеличения концентрации объемов торговли на российском рынке после образования Таможенного союза и перераспределения между странами ЕС экспорта нефтепродуктов;

3) ключевой трансформацией стал рост экспорта продуктов питания на фоне снижения экспорта машин, оборудования и транспортных средств и химической продукции. Существенной проблемой стал распад калийного союза «Уралкалий» и «Беларуськалий», что подорвало белорусский рынок калийных удобрений и привело к резкому снижению цен на одну из ключевых позиций белорусского экспорта.

Основными факторами, сдерживающими рост и оптимизацию структуры экспорта, являются:

- высокая товарная и географическая концентрация экспорта, медленное освоение новых рыночных ниш;
- низкая конкурентоспособность отечественной продукции, отставание от передовых стран по уровню производительности труда, высокая энерго- и материалоемкость производства;
- высокая степень первичной переработки сырья в структуре экономики, недостаточные темпы наращивания объема экспорта с высокой добавленной стоимостью, недостаточное использование конкурентных преимуществ, ориентированность промышленного производства на внешние ресурсы;
- ухудшение в 2014–2018 гг. внешнеэкономической конъюнктуры на основных внешних рынках, в первую очередь в России и Украине;
- девальвация валют основных торговых партнеров, приведшая к снижению стоимостных объемов экспорта; отсутствие широкой линейки экспортных товаров (в том числе инновационных) несмотря на проводимую модернизацию организаций-экспортеров;
- неготовность органов государственного управления и организаций оперативно реагировать на изменения конъюнктуры рынков, активно продвигать продукцию на рынки стран «дальней дуги»;
- увеличение объемов мировых продаж товаров и услуг с применением информационно-коммуникационных технологий, что приводит к частично-му вытеснению белорусских экспортных товаров, продаваемых традиционным способом;
- волатильность внешних рынков обуславливают необходимость перехода от долгосрочного к среднесрочному и краткосрочному планированию как ключевому инструменту в сфере продвижения экспорта (см. рисунок) [3, с. 8].

Источники

1. Шалдаева, Л. И. Экспортное финансирование [Электронный ресурс] / Л. И. Шалдаева // Fin Analytics. — Режим доступа: <http://fin/torgovoe-finansirovaniye>. — Дата доступа: 03.11.2016.



Структура экспорта товаров по странам — основным торговым партнерам на 01.01.2019 г.

2. Бобровская, Ж. В. Организация и финансирование внешнеэкономической деятельности : конспект лекций / Ж. В. Бобровская. — Минск : БГЭУ, 2015. — 73 с.

3. О поддержке и развитии экспорта Республики Беларусь в 2016–2020 годах [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 1 авг. 2016 г., № 604 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац.центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016. — Дата доступа: 01.04.2016.

СНИЛ «Психодиагностика»

Е. В. Камыш, В. В. Канюшанец, Х. С. Плотникова, А. Д. Рожкова
Научный руководитель — кандидат психологических наук Е. С. Макеева

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

Статья посвящена проблеме профессионального становления будущих экономистов на этапе профессионального обучения. В частности, в ней анализируются психологические факторы, влияющие на данный процесс, — это тип профессиональной направленности личности, тип гендера, уровень коммуникативной толерантности, уровень эмоционального интеллекта и стратегии принятия решений.

Труд играет исключительно важную роль в осуществлении и развитии человеческого общества и каждого его члена. Потому знание и понимание своей профессиональной направленности является ключом к успешной реализации своего потенциала и стремлений. Особенно это актуально для тех

членов общества, которые только осуществили свой профессиональный выбор и находятся на этапе профессиональной подготовки к его реализации, — студентов. Поэтому тема исследования профессиональной направленности данной возрастной категории будет сохранять свою актуальность.

Цель данного исследования — теоретически обосновать и практически выявить характер связи между профессиональной направленностью студентов и их гендерными особенностями, толерантностью, эмоциональным интеллектом; а также принятием решений. В качестве объекта исследования выступает профессиональная направленность студентов экономического профиля, а предметом является соотношение типа профессиональной направленности студентов с типом их гендера, уровнем толерантности, уровнем эмоционального интеллекта; а также стратегией принятия решений.

Это позволило сформулировать гипотезу нашего исследования, которая предполагает, что существует связь между типом профессиональной направленности и типом гендера, уровнем коммуникативной толерантности, уровнем эмоционального интеллекта; а также стратегией принятия решений.

В своей работе мы определяем профессиональную направленность как интегральную характеристику мотивации профессиональной деятельности, определяемую всеми побуждениями в мотивационной сфере и в особой мере выражющуюся в интересах, отношениях и целенаправленных усилиях студентов [1, с. 158]. В отечественной психологической литературе рассмотрению профессиональной направленности личности посвящены труды А. Н. Леонтьева, Л. М. Митиной, А. Е. Голомштока, Л. А. Йовайши и Е. А. Климова. Среди зарубежных исследователей темой профессиональной направленности занимались такие исследователи, как А. Адлер, Д. Сьюпер, Э. Гинзберг, Дж. Голланд. Последний попытался объяснить, почему разные типы людей предпочитают разные типы профессиональных занятий, называя главным фактором уже сформированный тип личности, являющейся продуктом взаимодействия культурных и личностных факторов, включая родителей, социальный класс, физическое окружение, наследственность. Таких типов Голланд установил 6: реалистичных (Р), интеллектуальных (И), социальных (С), конвенциональных (К), предприимчивых (П) и артистических (А) [1, с. 135; 6].

Гендер в нашем исследовании мы рассматриваем как основу способа организации индивидуумами информации об окружающем мире; выделяют андрогинный, феминный и мускулинистический тип гендера [2, с. 249].

Под коммуникативной толерантностью мы понимаем «характеристику отношений личности к людям, показывающую степень переносимости ею неприятных или неприемлемых по ее мнению психических состояний, качеств и поступков партнеров по взаимодействию» [3, 4].

Эмоциональный интеллект в своем исследовании мы рассматриваем как способность человека распознавать эмоции, намерения и мотивацию других людей, а также способность управлять собственными эмоциями в целях решения практических задач [5].

Под принятием решений мы понимаем результат выбора из множества вариантов, альтернатив, руководство к действию на основе разработанного проекта или плана работы [6].

В качестве теоретико-методологической основы исследования нами были использованы теория профессионального выбора Дж. Голланда, теория гендерных схем С. Бем, теория коммуникативной толерантности В. В. Бойко, теория эмоционального интеллекта Н. Холла и общая концепция принятия решений. Методологическая основа определила выбор методик исследования, а именно: методики определения профессиональной направленности личности Дж. Голланда, полоролевого опросника С. Бем, опросника коммуникативной толерантности В. В. Бойко, опросника эмоционального интеллекта Н. Холла и методики определения стратегий принятия решений С. В. Журавлева.

Эмпирической базой нашего исследования выступил УО «Белорусский государственный экономический университет». В исследовании приняли участие студенты 1 курса факультета финансов и банковского дела в количестве 30 человек (из них 20 юношей и 10 девушек), обучающиеся по специальностям «Банковское дело» и «Фондовый рынок»; а также студенты 1-го курса факультета коммерции и туристической индустрии в количестве 30 человек (из них 7 юношей и 23 девушки), обучающиеся по специальности «Экономика и управление гостиницами и ресторанами», в возрасте от 17 до 20 лет. Общая выборка составила 60 человек.

На первом месте по частоте встречаемости у студентов экономического профиля обучения стоит «социальный» тип профессиональной направленности — 37 % от всех испытуемых, причем количество девушек и юношей, характеризующихся этим типом, примерно равное. За ним следует «артистический» тип направленности, имеющий такой большой процент встречаемости лишь за счет девушек — 47 % представительниц женского пола характеризуются именно им. В то же время именно юноши составляют все 100 % от представленности «предприимчивого» типа направленности (24 % от всех юношей), который занимает 3-е место по популярности в данной выборке (13 % от всех испытуемых). Равные и последние позиции по встречаемости занимают «реалистический», «конвенциональный» и «интеллектуальный» типы профессиональной направленности — 7 % от общей выборки в каждой категории.

Преобладающим типом гендера в представленной выборке является андрогинный (76 %), которым характеризуется 80 % испытуемых женского и 73 % испытуемых мужского пола, за ним следует мускулийный тип — 13 % от общей выборки в целом и 27 % от числа юношей, и феминный тип, представленный 10 % испытуемых и характеризующий 20 % от всех девушек в общей выборке.

Для установления достоверности различий в общей выборке нами был использован Х²-критерий Пирсона, значение которого позволяет с вероятностью 99 % утверждать, что существует статистически значимая связь между

ду «социальным» типом профессиональной направленности и «андрогинным» типом гендера у студентов экономического профиля.

Результаты использования методики «Коммуникативной толерантности» В.В. Бойко, позволяющей диагностировать толерантные и интолерантные установки личности, проявляющиеся в процессе общения, показали, что от общей выборки будущих специалистов экономического профиля 57,5 % испытуемых обладают средним уровнем коммуникативной толерантности. Менее часто в данной выборке встречаются студенты с низким уровнем толерантности — 40 %. Еще реже в данной выборке среди испытуемых встречается высокий уровень толерантности — 2,5 %.

Для определения статистической значимости различий нами был использован χ^2 -критерий Пирсона, табличный показатель которого подтвердил наличие достоверных различий между «социальным» и «предприимчивым» типами профессиональной направленности и средним уровнем коммуникативной толерантности на 5 % уровне.

При исследовании уровня эмоционального интеллекта в общей выборке было установлено, что чаще всего среди студентов встречается средний уровень эмоционального интеллекта — 55 %, реже — низкий уровень — 45 % и вообще не встречается высокий уровень развития эмоционального интеллекта. Статистически значимые различия по показателю χ^2 -критерий Пирсона были установлены между «социальным», «предприимчивым» и «конвенциональным» типами профессиональной направленности и средним уровнем эмоционального интеллекта на 5 % уровне.

Изучение стратегий принятия решений в связи с типом профессиональной направленности показало, что в общей выборке испытуемых доминируют студенты с рациональным типом принятия решений, они составляют 77 %. Достоверные различия на 5 % уровне были установленные при помощи Хи-квадрат критерия Пирсона между «предприимчивым» типом профессиональной направленности и «рациональным» типом принятия решений.

В ходе проведенного исследования были получены следующие результаты:

1) в выборке студентов-экономистов доминируют испытуемые с «социальным», «артистическим» и «предприимчивым» типами профессиональной направленности, «андрогинным» гендерным типом, средним уровнем коммуникативной толерантности, средним уровнем развития эмоционального интеллекта; а также с рациональным типом принятия решений;

2) в анализируемой выборке испытуемых существует статистически значимая связь: между «социальным» типом профессиональной направленности и «андрогинным» типом гендера, между «социальным» и «предприимчивым» типами профессиональной направленности и средним уровнем коммуникативной толерантности, между «социальным», «предприимчивым» и «конвенциональным» типами профессиональной направленности и средним уровнем эмоционального интеллекта; а также, между «предприимчивым» типом профессиональной направленности и «рациональным» типом принятия решений.

Таким образом, гипотеза о существовании связи между типом профессиональной направленности и типом гендера, уровнем коммуникативной толерантности, уровнем эмоционального интеллекта, а также стратегией принятия решений была подтверждена.

Источники

1. Дружинин, Н. Е. Словарь по профориентации и психологической поддержке / Н. Е. Дружинин. — Томск : Изд-во Томск. центра проф. ориентации, 2003. — 450 с.
2. Блохина, Н. Н. Понятие гендера: становление, основные концепции и представления / Н. Н. Блохина // Общество и гендер : материалы респ. науч.-практ. конф., Рязань, 11–12 июля 2003 г. — Рязань, 2003. — С. 3–6.
3. Бойко, В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и других [Электронный ресурс] / В. В. Бойко // Gigabaza.ru. — Режим доступа <https://gigabaza.ru/doc/147901.html>. — Дата доступа: 15.02.2019.
4. Жмырова, Е. Ю. О понятии «толерантность» и ее видах / Е. Ю. Жмырова // Вестн. ТГТУ. — 2006. — Т. 12, № 4Б. — С. 1265–1269.
5. Гоулман, Д. Эмоциональный интеллект / Д. Гоулман ; пер. с англ. А. П. Исаевой. — М. : АСТ МОСКВА, 2008. — 478 с.
6. Карпов, А. В. Психология менеджмента : учеб. пособие / А. В. Карпов. — М. : Гардарики, 2005. — 584 с.
7. Ильин, Е. П. Работа и личность. Трудоголизм, перфекционизм, лень / Е. П. Ильин. — СПб. : Питер, 2011.— 230 с.

СНИЛ «Товаровед»

В. Д. Бабей, А. В. Жижка

Научный руководитель — кандидат технических наук М. М. Петухов

КВАЛИМЕТРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ

Разработана квалиметрическая модель оценки качества макаронных изделий быстрого приготовления. Для перевода показателей потребительских предпочтений в количественно измеряемые показатели проведено структурирование функции качества макаронных изделий. Предложенная модель рассматривает качество как иерархическую совокупность свойств. Обобщающий показатель качества представляет собой функцию единичных и комплексных показателей качества и позволяет сопоставлять и ранжировать аналогичную продукцию.

Успешная работа любой организации на рынке невозможна без постоянного совершенствования качества продукции. Проблема управления качеством и обеспечения его высокого уровня является актуальной и практически

значимой. Острая конкуренция на рынке ставит перед пищевыми предприятиями задачу, связанную с быстрой и разработкой новых видов продуктов с учетом изменяющихся требований потребителей.

В преддверии растущей заботе о здоровье многие производители стали изготавливать лапшу быстрого приготовления с повышенной биологической ценностью: макаронные изделия, обогащенные инулином, минеральными веществами, витаминами и йодом.

Мировой спрос на макаронные изделия быстрого приготовления за последние 4 года увеличился с 97 510 до 103 620 млн порций. Соответственно рынок макаронных изделий быстрого приготовления постоянно расширяется, совершенствуется ассортимент, что в свою очередь влечет за собой необходимость систематического контроля качества выпускаемой продукции.

Одним из самых распространенных и доступных методов оценки качества является дегустация. Однако при ее проведении не учитываются индивидуальные особенности дегустаторов, не ведется их специальная подготовка и обучение приемам органолептического анализа, не выполняются основные правила органолептического метода, вследствие чего оценки субъективны и не воспроизводимы.

Существует ряд методов потребительской оценки, направленных на сбор и анализ информации о мнениях, чувствах, значимости объекта оценки, а также о намерениях покупателя. Характеристика некоторых из них приведена в табл. 1.

Таблица 1

Методы потребительской оценки

Метод	Сущность	Преимущества	Недостатки
1	2	3	4
Органолептический метод			
Оценка по контрольному образцу	Сравнение признаков продукта с признаками контрольного образца	<ul style="list-style-type: none">• доступность;• быстрота определения;• отсутствие дорогостоящего оборудования	<ul style="list-style-type: none">• субъективизм оценки;• относительное выражение результатов в безразмерных величинах;• несопоставимость;• недостаточная воспроизводимость результатов
Метод предпочтения	Определение степени предпочтения одной или нескольких проб, выбранных из ряда представленных		
Метод scoring (отсчет очков)	Количественная оценка качественных признаков с использованием графических и словесных шкал		

Окончание табл. 1

1	2	3	4
Социологический метод			
Интервью-юирование, опрос, анкетирование	нахождение показателей качества путем изучения спроса фактических или потенциальных потребителей продукции с помощью устных опросов или специальных анкет	<ul style="list-style-type: none"> разносторонний анализ всех проблем; большой объем суммарной информации; низкая вероятность принятия показателей не имеющих значений; принятие рискованных решений 	<ul style="list-style-type: none"> несогласованность; разная компетентность экспертов; недостаточная достоверность; отдельные эксперты могут соглашаться с мнением большинства

Источник: собственная разработка на основе [1].

В этой связи перспективным направлением является разработка научно обоснованного подхода к оценке показателей качества и безопасности макаронных изделий быстрого приготовления, базирующегося на применении методов квалиметрии.

Макаронные изделия имеют большое значение в культуре питания человека, поскольку являются одним из продуктов первой необходимости и пользуются устойчивым спросом. Это объясняется универсальностью пяти принципов: доступность, удобство, безопасность и гигиена, длительный срок хранения и разнообразие вкусовых характеристик. Сегодня перед макаронной промышленностью встают следующие задачи: повышение производительности, расширение ассортимента продукции и повышение ее биологической ценности.

Целью данной работы является формирование квалиметрической модели оценки показателей качества макаронных изделий быстрого приготовления с использованием методологии структурирования функций качества путем применения экспертных оценок, ранжирования и определения коэффициентов весомости показателей качества.

В случае участия в опросе нескольких экспертов расхождения в их оценках неизбежны, однако величина этого расхождения имеет важное значение. Групповая оценка может считаться достаточно надежной только при условии хорошей согласованности ответов отдельных специалистов.

Коэффициенты весомости показателей определяли экспертным методом при условии, что сумма коэффициентов весомости всех свойств, находящихся на одном уровне иерархической модели, должна быть всегда постоянной, заранее заданной. Для определения коэффициентов весомости была разработана анкета целевого назначения с использованием метода непосредственной (балльной) оценки. Данный метод предусматривает полное заполнение матрицы, при этом каждое свойство объекта сравнивается с другим в прямом и обратном порядке, что способствует повышению объективной оценки [2].

В качестве объектов исследования было отобрано пять образцов вермишели быстрого приготовления со вкусом курицы различных торговых марок и производителей: «Доширак Квисти», ООО «Доширак Коя» (Россия); Big Bon, ООО «Маревен Фуд Сэнтрал» (Россия); «Роллтон», ООО «Маревен Фуд Сэнтрал» (Россия); «Мивина», ООО «Техноком» (Украина); «Петра», ООО «Маревен Фуд Сэнтрал» (Россия), реализуемых в торговой сети Республики Беларусь. Отбор образцов производился в соответствии с ГОСТ 31749-2012 Изделия макаронные быстрого приготовления. Общие технические условия [3] в ОДО «Виталюр». Для перевода потребительских предпочтений в количественно измеряемые показатели проведено структурирование функции качества макаронных изделий быстрого приготовления, которое включало установление рекомендуемых и обязательных нормативных требований, установление коэффициентов весомости показателей, определение количественно измеряемых показателей, определение зависимостей потребительских предпочтений от определяемых показателей.

В результате проведения экспертного опроса для установления коэффициентов весомости показателей первого уровня было заполнено 10 анкет. В качестве экспертов выступали студенты БГЭУ, имеющие определенные знания в исследуемой нами области. Результаты обработки анкет позволили установить коэффициенты весомости и провести ранжирование показателей потребительских предпочтений, представленных в табл. 2.

Таблица 2

Результаты ранжирования экспертами показателей качества образцов

Показатель	Эксперт										Весовой коэффициент	Ранг
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Внешний вид	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	0,155	4
Цвет	2	3	2	1	1	1	2	3	2	2	0,095	5
Запах	3	3	5	2	3	2	3	4	4	3	0,160	3
Состояние после варки	1	4	3	4	6	3	3	3	3	6	0,180	2
Вкус	11	7	7	10	7	10	10	6	8	6	0,410	1
Σ	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	1	

Источник: собственная разработка.

Установлено, что в формировании требований к качеству наибольшую значимость играет вкус (0,41), а меньшей значимостью характеризуется цвет (0,095). Проведенные исследования позволяют прогнозировать потребительские предпочтения и спрос на макаронные изделия, соответствующие ожиданиям потребителей.

С учетом установленных коэффициентов весомости по данным табл. 3 был определен уровень качества исследуемых образцов.

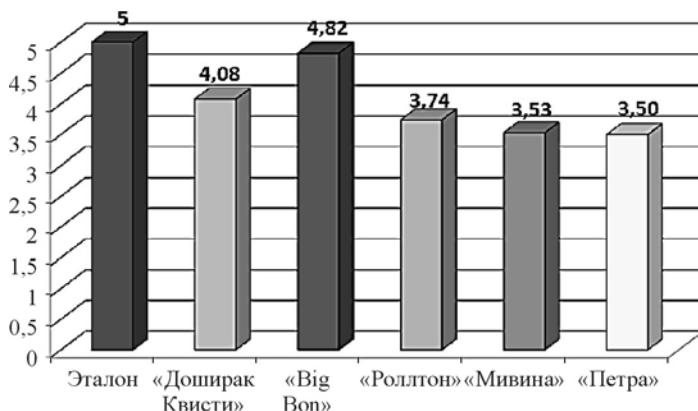
Таблица 3

Уровень качества образцов

Показатель	Средние арифметические оценки					$k_{\text{вес}}$	Среднее взвешенное					
	№ образца						№ образца					
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
Внешний вид	4,3	4,5	4,4	3,3	3,3	0,155	0,667	0,698	0,682	0,512	0,512	
Цвет	3,2	4,7	4,0	3,7	3,3	0,095	0,304	0,447	0,38	0,352	0,314	
Запах	3,9	4,9	3,6	3,2	4,3	0,160	0,624	0,784	0,576	0,512	0,688	
Состояние после варки	4,5	4,9	4,4	4,0	4,0	0,180	0,810	0,882	0,792	0,720	0,720	
Вкус	4,1	4,9	3,2	3,5	3,1	0,410	1,681	2,009	1,312	1,435	1,271	
	Итого:						4,08	4,82	3,74	3,53	3,50	

Источник: собственная разработка.

Для графического изображения ранжирования исследуемых образцов была построена диаграмма, представленная на рисунке.



Ранжирование образцов по уровню качества

В качестве эталона был взят продукт, оцениваемый в 5 баллов — его качество отличное. Для 4 баллов качество считается хорошим, 3 баллов — удовлетворительным, 1 или 2 баллов — неудовлетворительным.

Установлено, что лучшим является образец Big Bon ООО «Маревен Фуд Сэнтрал» со вкусом курицы. Его уровень качества оценен на 4,82 балла. По всем пяти оцениваемым органолептическим показателям Big Bon превос-

ходит исследованные образцы-конкуренты. Далее в порядке убывания уровня качества расположились образцы «Доширак Квисти» (4,08 балла), «Ролтон» (3,74 балла), «Мивина» (3,53 балла) и «Петра» (3,50 балла). Следовательно, исследуемые образцы обладают хорошим и удовлетворительным качеством, соответствуют требованиям технических нормативных правовых актов, не имеют дефектов, т.е. могут быть рекомендованы к употреблению.

Источники

1. Евдохова, Л. Н. Товарная экспертиза : учеб. пособие / Л. Н. Евдохова, С. Л. Масанский. — Минск : Выш. шк., 2013. — 332 с.
2. Азгальдов, Г. Г. О квалиметрии / Г. Г. Азгальдов, Э. П. Райхман. — М. : Изд-во стандартов, 1973. — 172 с.
3. Изделия макаронные быстрого приготовления. Общие технические условия : ГОСТ 31749-2012. — Введ. 01.07.2013. — Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2013. — 15 с.

СНИЛ «Тураналитик»
*А. Ю. Сирош, Е. А. Дубеник, С. А. Крыж,
В. Д. Баева, А. Д. Лиморова, А. Н. Шломгаэр*
Научный руководитель — П. А. Литвинов

ОБОСНОВАНИЕ СОЗДАНИЯ ИГРОВОГО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В работе рассмотрена необходимость разработки и реализации комплекса мер по организации масштабной туристической дестинации игровой тематики в Республике Беларусь, были предложены организации, могущие стать ядром туристического кластера, а также возможные партнеры, обоснована потенциальная эффективность проекта.

В условиях глобализации современного мира и усиливающейся конкуренции на международном туристическом рынке на одно из первых мест выходит проблема разработки инновационного концептуального продукта. Республика Беларусь не может похвастаться обилием туристических ресурсов, которые позволили бы сформировать туристические продукты монопольного характера. Предлагаемые в данном исследовании объект и предмет имеют перспективы использования концепции трех монополий, которую применяют в Западной Европе для выработки стратегий развития отдельных курортных местностей, аттракционных пунктов и регионов. В частности, это каса-

ется таких ее элементов, как монопольное использование ресурса (Историко-культурный комплекс «Линия Сталина, Wargaming, Брестская крепость), и монопольное положение предприятия по отношению к партнерам (Wargaming). Также может быть использована концепция управления стоимостью переживаний потребителя — Experience Value Management, поскольку предлагаемое исследование имеет непосредственное отношение к формированию туристских впечатлений.

При этом конкурентоспособность туристического комплекса Беларуси все более зависит не только от отставания в инфраструктуре, узости продуктовой линейки, сервиса и качества услуг, но и от отсутствия монопольных, не-повторимых туристических продуктов, которые позволяли бы формировать комплекс ассоциаций и образов, могучих выполнять функцию брендирования для туристической индустрии нашей страны.

Ввиду активного в последнее десятилетие развития различных событийных мероприятий, объединенных общим тематическим полем военно-патриотического характера, авторы считают необходимым разработку и реализацию комплекса мер по организации масштабной туристической дестинации игровой тематики в Республике Беларусь.

Наша страна обладает обширным материальным комплексом в сфере ВПК, доставшимся в наследие от СССР, значительная часть которого сейчас неактуальна для использования в целях обеспечения обороноспособности и безопасности страны, в связи с чем либо приходит в полную негодность (заброшенные военные базы и объекты Минобороны и прочих силовых ведомств), либо распродается на аукционах (списанная техника и обмундирование). Общее количество таких перспективных для перепрофилирования в туристических целях объектов, учитывая нахождение территории БССР на осьtrie Западного военного округа, а также списываемой и утилизируемой Минобороны военной техники и т.д. просто огромно. Ярким примером такого использования является Историко-культурный комплекс «Линия Сталина». Также ресурсная обеспеченность страны подкрепляется масштабным военным историческим прошлым, обеспечивающим сценарное богатство при разработке анимационного туристического продукта. В данном контексте специализация киностудии «Беларусьфильм» на тематике Великой Отечественной войны, которая регулярно ставится в упрек отечественной киноиндустрии как узость кинематографических компетенций, делает последние весьма конкурентоспособными, в том числе на мировом рынке разработки туристического продукта. Наличие высокопрофессиональных рыцарских клубов и объединений значительно расширяет тематическое поле возможного анимационного туристического продукта.

Также следует учесть фактор изменения общеполитической международной атмосферы. Со сменой в США тренда на борьбу с международным терроризмом на тезис «Америка снова должна стать великой» фактически произошел фундаментальный сдвиг в концепции военной доктрины ведущих стран мира, что делает международную обстановку крайне неустойчивой и

нестабильной. В связи с этим во всем мире вновь становится крайне актуальным военно-патриотическое воспитание, что мы и видим на протяжении последних лет, сопровождающихся сменой культурных и ментальных архетипов населения, в результате госзаказа и усилий масс-медиа. Как итог мы видим увеличение количества и масштаба проводимых ивентов данной тематики, в особенности на наиболее перспективном для экспорта туристических услуг рынке — России (ежегодное празднование 9 мая, акция «Бессмертный полк», казачье движение, военно-патриотические лагеря и т.д.).

Смена генераций населения привела к смещению в том числе и данного направления в виртуальную сферу. Наиболее ярким подтверждением этого является реконструкция Музея ВОВ в Минске, которая именно благодаря своей технологичности и использованию инновационных подходов в разработке экспозиции безусловно сделала данный музей флагманом музеиного дела Беларуси. Особенно впечатляет прирост молодежной аудитории, интерес которой к данной тематике ранее стабильно падал. Вторым примером будет являться безусловно успех концепта игры *World of Tanks*.

Вышеуказанные факторы, т.е. наличие явного мирового тренда, заинтересованность государства, безусловная обеспеченность необходимыми ресурсами, немалый спрос населения на рекреационную деятельность данной тематики, в том числе и на внешних рынках (в том числе США, КНР), наличие мощных организаций (Историко-культурный комплекс «Линия Сталина», Wargaming и т.д.) в качестве ядра возможного туристического кластера, делают создание такового крайне перспективным.

Среди возможных партнеров для организации туристической дестинации в форме игрового развлекательного туристического кластера военно-патриотической тематики в Беларуси помимо «Историко-культурного комплекса «Линия Сталина» и компании Wargaming, которые представляются в качестве ядра кластера, авторы видят ряд музеев, в первую очередь Музей ВОВ, военно-исторические и рыцарские клубы, а также клубы реконструкторов, тематические парки (Музейный комплекс «Дукорский маентак», ЦЭТ «Станьково», Парк-музей Интерактивной Истории «Сула», Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта, Мемориальные комплексы «Брестская крепость», «Буйничское поле» и «Брилевское поле» и т.д.), квест-румы, ивент-агентства, пейнтбольные клубы (стрейкбол, пейнтбол, лазертаг) и т.д.

Сегодня тематикой ВОВ в Беларуси занимаются более десяти военно-исторических клубов общей численностью порядка 400–500 человек.

За годы существования историко-культурного комплекса «Линия Сталина» его посетили более миллиона граждан как нашей страны, так и ближнего и дальнего зарубежья. Кроме обычных экскурсий здесь регулярно проводятся театрализованные представления по реконструкции «боевых действий» времен Великой Отечественной войны, Дни призывников, чествования ветеранов, воинов белорусской армии, профессиональные праздники различных силовых структур, молодежные и международные акции.

Самым ярким примером использования военно-патриотической тематики в сфере современных развлечений является компания Wargaming с ее продуктами: World of Tanks, World of Warships, World of Warplanes и др. Аудитория данных проектов состоит в основном из представителей мужского пола 20–45 лет и зачастую членов их семей. Для популяризации своих продуктов они используют многочисленные ивенты, стилизованные под военную тематику. Примером может послужить ежегодное празднование «Дня танкиста» [1]. В рамках праздника можно принять участие в общении с разработчиками World of Tanks, увидеть самую большую открытую площадку для видеоигр в СНГ с более чем 200 игровыми станциями, фуд-корты, сувениры, подарки, розыгрыши призов, салют, а также посмотреть финал киберспортивного турнира «День танкиста». Праздник организовывается при поддержке Минского городского исполнительного комитета [2]. День танкиста — 2018 стал самым массовым за семилетнюю историю праздника. В парке Победы собралось рекордное количество людей. Гостями стали 200 000 человек — это вдвое больше, чем в 2017 г. Число площадок с развлечениями и арт-объектов тоже увеличилось в разы. Фестиваль занял территорию в 100 га, на нем побывали гости из десяти стран. Впервые в Дне танкиста приняло участие Министерство обороны. Военные организовали «Армейский плацдарм», где представили новейшую технику и вооружение. Военный оркестр, Ансамбль песни и танца, кинологический центр разнообразили программу праздника. Более 100 военнослужащих, 11 единиц техники и вооружения белорусской армии — от ста-ринных Т-34-85 и ИС-2 до Т-72Б3, выигравшего для Беларуси бронзу танкового биатлона.

По данным одного из крупных аналитических центров в мире в сфере игровой индустрии Superdata за 2018 г. российские геймеры потратили на игры более 736 млн дол. США. По объему рынка Россия занимает шестое место в мире вслед за Германией, Южной Кореей, Японией и США. Рынок РС-игр в России вырос за отчетный период на 9 %. Лидирующие позиции занимают проекты, распространяющиеся по условно-бесплатной модели — они суммарно заработали более 456 млн дол. Первую строчку в рейтинге по доходам получила World of Tanks. Количество подписчиков официального сайта составляет 3 150 205 человек, а количество просмотров канала на YouTube «WoT Fan — развлечение и обучение от танкистов WoT» около 848 113 872, что показывает масштаб возможной аудитории перспективной дестинации [3].

На территории Беларуси действует большое количество клубов реконструкторов, действующих в самых различных направлениях: от реконструкции боев в Великом княжестве Литовском до реконструкции боев времен Гражданской войны в США. Подобного рода клубы также проводят мероприятия, которые из года в год пользуются успехом, например ежегодный фестиваль «Березина», посвященный войне 1812 г.

Имеющийся на постсоветском пространстве образ Беларуси как последней советской республики («Беларусь — заповедник социализма») также позволит закрепить монопольное положение предлагаемого туристического

кластера на международном туристическом рынке и использовать данное положение, в том числе при разработке национального туристического бренда. Помимо этого, предлагаемый игровой развлекательный туристический кластер военно-патриотической тематики может быть интересен не только на постсоветском пространстве, а ввиду своей многопрофильности и разносторонности тематического поля (от средневековья до конфликтов XX в.) и в дальнем зарубежье (в первую очередь США, КНР) в формате концепции «Беларусь — перекресток культур», «Восток-Запад».

Одним из наиболее важных факторов авторы считают перспективную возможность ориентации на молодежную и средневозрастную аудиторию, в первую очередь за счет использования сферы it-технологий (World of tanks от Wargaming), что позволит рассчитывать на долгосрочное успешное существование данной туристической дестинации. Реализация данных предложений, по мнению авторов, позволит нарастить экспорт белорусских туруслуг и способствовать выравниванию туристического баланса страны.

Источники

1. День танкиста [Электронный ресурс] // Wargaming.net. — Режим доступа: <https://tankist.by/>. — Дата доступа: 02.03.2019.
2. Wargaming обещает «грандиозное действие» на День танкиста в Минске [Электронный ресурс] // Onliner.by. — Режим доступа: <https://tech.onliner.by/2018/07/30/wargaming-den-tankista>. — Дата доступа: 04.03.2019.
3. WoT Fan — развлечение и обучение от танкистов World of Tanks [Электронный ресурс] // YouTube.by. — Режим доступа: https://www.youtube.com/channel/UCUfoVwsmE6im3HJ_ht7R2mA. — Дата доступа: 04.03.2019.

СНИЛ «Фокус-групп»

К. А. Лосева, У. М. Писарчик

Научный руководитель — кандидат экономических наук Ю. М. Зеновчик

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК ФАКТОР РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В работе представлено исследование системы обучения и развития на ПУП «San Marco», анализ ее эффективности и разработка мероприятий по ее совершенствованию. Для анализа была применена техника SWOT-анализа и многокритериальная оценка выделенных на ее основе факторов.

Рациональное расходование средств на подготовку, переподготовку и профессиональное обучение персонала является резервом для получения экономического эффекта. Целью работы является анализ системы обучения

и развития на ПУП «Сан Марко» и разработка мероприятий по ее совершенствованию.

На основе внутреннего анализа, а также анкетирования сотрудников ПУП «Сан Марко» разработана матрица SWOT-анализа, представленная на рисунке.

Сильные стороны	Благоприятные возможности
1. Возможность карьерного роста, что является стимулом для дальнейшего повышения квалификации сотрудников 2. Обеспечение возможности прохождения обучения за счет компании 3. Высокий уровень организации аттестации сотрудников 4. Высокая квалификация сотрудников (78 % работников по результатам аттестации соответствуют занимаемой должности) 5. Соответствие возложенных полномочий и навыков сотрудников 6. Стабильность кадрового состава, невысокая текучесть персонала	1. Государственные программы, направленные на поддержку развития профессионального образования 2. Расширение рынка образовательных услуг, форм и методов обучения персонала 3. Мировой рост инвестиций в интеллектуальный капитал 4. Рост тарифной ставки первого разряда 5. Возрастание требований к квалификации персонала с учетом тенденций инновационной экономики
Слабые стороны	Угрозы
1. Недостаточное владение сотрудниками инновационными и современными программами, отсутствие необходимых базовых знаний в кожевенно-обувной сфере 2. Неэффективная организация профессионального обучения на предприятии 3. Не в полной мере учитываются результаты аттестации сотрудников 4. Отсутствие эффективной системы оценки организационно-экономического механизма подготовки студентов 5. Недостаточное использование многообразия видов и форм обучения сотрудников, таких как стажировки, обучение смежным профессиям и др.	1. Экономический кризис и его последствия 2. Опасность негативного влияния на финансовое состояние предприятия из-за отсутствия прозрачного финансового контроля над предоставлением социальных льгот и гарантий, возможностью определить эффективность обучения 3. Рост цен на образовательные услуги 4. Снижение численности специалистов технического профиля

Матрица SWOT-анализа системы подготовки, переподготовки и профессионального обучения ПУП «Сан Марко»

Далее на основании выделенных сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз была проведена многокритериальная балльная оценка всех выделенных факторов. Результаты оценки представлены в таблице.

Оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз внешней среды

Фактор	Значимость	Оценка	Взвешенная оценка в баллах	Доля
1	2	3	4	5
Сильные стороны				
1. Возможность карьерного роста	4	5	20	0,19
2. Обеспечение возможности прохождения обучения за счет компании	5	5	25	0,24
3. Высокий уровень организации аттестации сотрудников	4	4	16	0,16
4. Высокая квалификация сотрудников	4	4	16	0,16
5. Соответствие возложенных полномочий и навыков сотрудников	3	3	9	0,09
6. Стабильность кадрового состава, невысокая текучесть персонала	4	4	16	0,16
Всего:			102	1
Слабые стороны				
1. Недостаточное владение сотрудниками инновационными и современными программами, отсутствие необходимых базовых знаний в кожевенно-обувной сфере	4	4	16	0,19
2. Неэффективная организация профессионального обучения	4	5	20	0,23
3. Не в полной мере учитываются результаты аттестации сотрудников	3	3	9	0,10
4. Отсутствие эффективной системы оценки организационно-экономического механизма подготовки сотрудников	5	5	25	0,29
5. Недостаточное использование многообразия видов и форм обучения сотрудников	4	4	16	0,19
Всего:			86	1
Возможности				
1. Государственные программы, направленные на поддержку развития профессионального образования	3	4	12	0,18
2. Расширение рынка образовательных услуг	4	4	16	0,25

Окончание

1	2	3	4	5
3. Мировой рост инвестиций в интеллектуальный капитал	3	3	9	0,14
4. Рост ставки первого разряда	3	4	12	0,18
5. Возрастание требований к квалификации персонала с учетом тенденций инновационной экономики	4	4	16	0,25
Всего:			65	1
Угрозы				
1. Экономический кризис и его последствия	4	3	12	0,21
2. Опасность негативного влияния на финансовое состояние компании	5	4	20	0,35
3. Рост цен на образовательные услуги	4	4	16	0,28
4. Снижение численности специалистов технического профиля	3	3	9	0,16
Всего:			57	1

Для каждого фактора была определена оценка, значимость данного фактора, рассчитана взвешенная оценка в баллах и итоговая доля каждого фактора в общей совокупности. Наиболее значимыми факторами по результатам анализа в каждой категории являются: сильные стороны являются обеспечение возможности прохождения обучения за счет компаний (24 %); слабые стороны — отсутствие эффективной системы оценки организационно-экономического механизма подготовки сотрудников (29 %); возможности — расширение рынка образовательных услуг (25 %); угрозы — опасность негативного влияния на финансовое состояние организации (35 %).

Ввиду того что по результатам исследования опасность негативного влияния на финансовое состояние организации является значимой, был проведен анализ затрат на организацию обучения на ПУП «Сан Марко» и получаемого экономического эффекта. В качестве мероприятий были предложены следующие: оплата обучения сотрудников в специальных учебных центрах, организация обучения в виде семинаров и тренингов, стажировка сотрудников за границей и материальное стимулирование сотрудников. Совокупные затраты на предложенные мероприятия составят 2680–2980 бел. руб. В целом расходы на рекомендации не превышают возможности ПУП «Сан Марко» даже при максимальной стоимости с учетом роста цен на образовательные услуги, так как расходы ПУП «Сан Марко» за 2018 г. составили 2690 руб.

Экономический эффект в виде снижения условно-постоянных расходов составит 2000 бел. руб. Ожидаемый годовой эффект для предприятия составит 20 220 бел. руб.

Таким образом, в работе проанализирована система обучения и развития персонала на ПУП «Сан Марко». Самой сильной стороной по результату анализа является возможность прохождения обучения за счет компании, слабой — отсутствие эффективной системы оценки организационно-экономического механизма подготовки сотрудников. Расширение рынка образовательных услуг является хорошей возможностью для предприятия, а опасность негативного влияния на финансовое состояние организации — угрозой. При этом вышеназванная угроза обладает сильной степенью влияния. Длянейтрализации возможной угрозы были предложены следующие мероприятия: оплата обучения сотрудников в специальных учебных центрах, организация обучения в виде семинаров и тренингов, стажировка сотрудников за границей и материальное стимулирование сотрудников. Материальные затраты на предложенные мероприятия соответствуют возможностям предприятия по их обеспечению. Также предложенные мероприятия принесут ПУП «Сан Марко» экономический эффект в размере 2000 бел. руб. [1, 2].

Источники

1. *Петрович, М. В. Управление организацией : учебник / М. В. Петрович. — Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2017. — 479 с.*
2. *Куликова, В. В. Оценка конкурентных преимуществ организации [Электронный ресурс] / В. В. Куликова, И. А. Заярная, О. М. Шелковникова // Научный электронный архив. — Режим доступа: <http://econf.rae.ru/article/8819>. — Дата доступа: 15.07.2019.*

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Алькевич Д. А.</i> Выручка от реализации товаров: ее признание в системе бухгалтерского учета	3
<i>Артюш Д. Д., Петрович М. Ю.</i> Роль интеграции банков Республики Беларусь с финансово-технологическими компаниями	5
<i>Афанасенко Д. А.</i> Система мгновенных платежей и направления ее развития в Республике Беларусь	9
<i>Баранова Е. В.</i> Молодежное предпринимательство на современном этапе	11
<i>Бобровская Е. И., Шавлова Е. А.</i> Ожидания молодых специалистов, мотивирующие к адаптации в организации	14
<i>Бондарева А. Ю., Шульга Е. А.</i> Оценка роли инновационных технологий в обеспечении конкурентоспособности ОАО «БелАЗ» — управляющая компания холдинга «БелАЗ-ХОЛДИНГ»	17
<i>Бондаренко А. А.</i> Статистическая оценка социально детерминированных факторов рождаемости	19
<i>Бутрим А. С.</i> Анализ эффективности использования природных ресурсов в региональном разрезе Республики Беларусь	22
<i>Важник Е. Д.</i> Социальные и экономические эффекты от развития малого и среднего бизнеса	26
<i>Важник Е. Д., Шпаковская А. А.</i> Преимущества и недостатки малого и среднего бизнеса в современных условиях	29
<i>Василюк П. И., Боровик Р. А.</i> Критерии обеспечения энергетической безопасности Республики Беларусь	32
<i>Величко А. Ю.</i> Въездной и выездной туризм в Республике Беларусь (2011–2018 гг.)	35
<i>Войтеховская М. В.</i> Правовые основы экологического образования в Республике Беларусь	37
<i>Волков С. И.</i> Престижная реклама как фактор развития рекламного рынка Беларуси	40
<i>Гинц В. В., Чуйко Ю. А.</i> Проявление эмпатии в межличностных отношениях студентов	43
<i>Губорова М. Г., Старжинская Е. В.</i> Ярмарочно-выставочная деятельность предприятия	45

<i>Гордеева К. В.</i> Методы регулирования сальдо платежного баланса Республики Беларусь	48
<i>Гордиенко А. А.</i> Заработка плата в рыночной экономике: принципы формирования и направления совершенствования	51
<i>Григоренко А. Н.</i> Проблема квазибюджетного дефицита и пути ее решения	52
<i>Григорчук Е. А.</i> Развитие лизинга в Республике Беларусь на современном этапе. Особенности лизинга медицинского оборудования	55
<i>Гузаревич В. А.</i> Информационный нейтралитет как средство обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь	58
<i>Елисеева Е. Н.</i> Актуальные проблемы банковского сектора Республики Беларусь	61
<i>Ефимчик О. О.</i> Особенности становления и развития потребительской кооперации в Республике Беларусь	63
<i>Жукова Я. Д.</i> Состояние и использование человеческого капитала в Республике Беларусь	66
<i>Занько Е. С.</i> Негативное влияние коррупции на защиту прав граждан	69
<i>Зорина Е. А.</i> Вина юридического лица как объективное основание административной ответственности	72
<i>Йосифова А. В., Рак Е. А.</i> Проблемы секьюритизации активов в банках Республики Беларусь	75
<i>Казючиц А. Д.</i> Влияние применения метода неначисления амортизации как меры повышения конкурентоспособности белорусских организаций на достоверность их финансовой отчетности	77
<i>Квятковская В. И.</i> Хеджирование как инструмент регулирования валютных рисков	80
<i>Кисель О. И.</i> Особенности оценки и измерения цифровой экономики в мировой практике	83
<i>Клесун Е. А., Мощенок К. В.</i> Современные технологии логистики 4.0	87
<i>Коваленок Е. С.</i> Совершенствование гибких форм занятости в Республике Беларусь	90
<i>Кожанова Е. М., Монаков А. А.</i> Совершенствование развития рыночных механизмов на белорусском рынке недвижимости	93
<i>Козич И. Ю.</i> Повышение эффективности антикоррупционной деятельности в Республике Беларусь	95

<i>Козловская М. В.</i> Инновационные возможности формирования конкурентной стратегии торгового объекта общественного питания гостиничного комплекса	99
<i>Коноваленко А. Д.</i> Особенности организации и ведения различных видов бизнеса в Республике Беларусь	102
<i>Кононович А. С.</i> Экономическое сотрудничество Республики Беларусь и новых индустриальных стран	105
<i>Кончевская Н. Н., Грынчак Ф. М.</i> Использование поведенческих методов для совершенствования текстов Fingramota.by	109
<i>Коресташова А. В.</i> Количественные ограничения в Республике Беларусь: проблемы и перспективы применения	111
<i>Коц А. В.</i> Международный трансфер технологий и его влияние на экономическое развитие стран мира	114
<i>Красновская В. А.</i> Пути оптимизации налоговой нагрузки организации ...	117
<i>Кулакевич А. И.</i> Идентификация и фальсификация ювелирных украшений ...	120
<i>Курач А. А.</i> Участие граждан в расходах государства в Республике Беларусь и Российской Федерации: сравнительно-правовой анализ	123
<i>Куркович Е. М.</i> Отделочные полуфабрикаты в формировании ассортимента мучных кондитерских изделий	126
<i>Лобан А. И.</i> Разработка системы показателей, характеризующих налоговую нагрузку субъекта хозяйствования	128
<i>Лосик И. А.</i> Электронное декларирование как способ оптимизации налогового администрирования	132
<i>Лосик А. А., Шляпкин-Шляпков Е. И.</i> Социально-экономическая роль рекламного рынка в Республике Беларусь	135
<i>Марченко А. Н.</i> Анализ показателей текущего счета платежного баланса Республики Беларусь	139
<i>Матвеева А. И.</i> Разработка инструмента автоматизации формирования документов учета почасовой работы преподавателя	142
<i>Милюш Д. В.</i> Методический подход к оценке развития цифровых финансовых активов	146
<i>Мишиакина Д. С., Федоринчик А. Г.</i> Самореализация подростков в процессе общения	149
<i>Молявко-Ким Е. А.</i> Определение качества яблок свежих при приемке и реализации в розничной торговле	152

<i>Мороз В. Г.</i> Гуманитарные проекты Белгазпромбанка по развитию белорусской культуры	154
<i>Муштенко Т. Н.</i> Маркетинговые коммуникации в Интернете как средство продвижения услуг индустрии гостеприимства (на примере деятельности «Ренессанс Минск Отель»)	156
<i>Некрасов А. Д.</i> Повышение прибыли как фактор развития промышленного предприятия	159
<i>Низамова О. В.</i> Механизм возврата НДС при осуществлении международных грузоперевозок: опыт Российской Федерации и Республики Беларусь	162
<i>Ольшевская И. Н., Таракова С. А.</i> Вариативность мотивации персонала ...	165
<i>Павлова И. С.</i> Использование мобильных приложений в транспортно-логистической деятельности	169
<i>Парфенюк К. А.</i> Искусственный интеллект в ИТ-рекрутинге: условия применения	172
<i>Рокало Д. С.</i> Перспективы и направления двустороннего сотрудничества Республики Беларусь с Аргентинской Республикой	175
<i>Русилко К. М.</i> Проблемы развития транспорта в условиях глобализации ...	178
<i>Сазонова А. А., Намаконов И. В.</i> Образ Китая через призму ассоциативного эксперимента	181
<i>Сидоров Н. И., Лушина А. Р.</i> Анализ выполнения отдельных целевых показателей развития агробизнеса в Республике Беларусь	184
<i>Слизкий М. А.</i> Монопольные цены: порядок определения, практика регулирования	187
<i>Сороко Д. А., Кохич В. Э.</i> Формирование ассортимента — важнейший элемент товарной политики	190
<i>Станкевич А. Д.</i> Особенности учета и отражения в бухгалтерской отчетности цифровых активов	192
<i>Столяров Н. С., Прокофьева А. А.</i> Белорусская государственность: становление и развитие в современном мире	195
<i>Татарникова К. А.</i> Тенденции развития банковских услуг в Республике Беларусь	198
<i>Тимошенко А. А.</i> Эффективность банковской системы Республики Беларусь и направления ее повышения	200

<i>Хулуп Д. А.</i> Неоднозначность влияния глобализации на различные группы стран и отраслей экономики	203
<i>Чемпковская Е. Ю.</i> Индивидуальный стиль обучения студентов-экономистов	206
<i>Черноок Н. А.</i> Роль концепции «Умный город» в достижении целей устойчивого развития	209
<i>Чучвал А. А.</i> Применение медиации в сфере гражданской юрисдикции ...	210
<i>Шпадарук А. П., Худоербекова Н. О.</i> Тестирование усовершенствованных текстов Fingramota.by на повышение освоения материала	212
<i>Юницкий В. В., Авраменко М. В.</i> Применение семиступенчатой модели сегментации на белорусском рынке	214
<i>Мелешко А. В., Щемер А. В.</i> Цифровая логистика: содержание понятия и подходы к определению	217
<i>Давыденко К. Д., Панкевич Е. Д., Садовская Г. В., Милош Д. В.</i> Цифровой банк: состояние и направления развития	221
<i>Пархалин Е. В., Гайдукевич А. В.</i> Формирование единого визового пространства Союзного государства: проблемы и перспективы	226
<i>Шафранская Е. В., Михайлова А. А., Стома А. Н., Куликова В. В.</i> Рынок молока и молочных продуктов Республики Беларусь и возможность его интеграции в глобальный	230
<i>Капцевич А. Н., Конопелько А. А.</i> Актуальные аспекты классификации и учета интеллектуальной собственности	234
<i>Войтеховская М. В., И. А. Журомская, Козлова А. Д., Капитан О. М., Берней К. П.</i> Право на доступ к информации как компонент системы экологического образования	238
<i>Матюшонок Е. Г., Алексеенко В. А.</i> Перспективы транспаренции зарубежного опыта администрирования сферы ритейла на отечественную реальность	241
<i>Низамова О. В., Русилко К. М., Климович Д. Н.</i> Оптимизация документооборота экспорт услуг автомобильным транспортом	245
<i>Бартош М. А., Бондарева А. Ю., Селюжицкая Е. С., Шульга Е. А., Гедранович Н. И.</i> Оценка конкурентоспособности предприятия и обоснование направлений ее повышения	248
<i>Лебедева В. В., Точко А. Н.</i> Инвестиционная активность субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь	253

<i>Еременко П. В.</i> Состояние внешнеторговой деятельности Республики Беларусь: барьеры выхода на зарубежные рынки	258
<i>Кожсанова Е. М.</i> Развитие лизинга в Республике Беларусь	262
<i>Грицук П. И., Солдатенко А. Д.</i> Применение теории фоновых практик в адаптации иностранных студентов	266
<i>Осинцева Н. Ю., Солодкина А. Е.</i> Информационное обеспечение финансового мониторинга расчетов с дебиторами	271
<i>Артеменко Ю. А., Колосова М. А., Лапицкая Е. А.</i> Тенденции развития рынка цифровых услуг в ЕАЭС: анализ в контексте гравитационной модели	275
<i>Гатило А. Ю., Заболотникова Е. А., Кречко Н. М., Мазик К. В., Филон П. Ю.</i> Торговая марка «Марк Формэль»: исследование потребительской лояльности	279
<i>Колмакова М. Н.</i> Проблемы и перспективы кредитования экспорта в Республике Беларусь	282
<i>Камыш Е. В., Канюшанец В. В., Плотникова Х. С., Рожскова А. Д.</i> Особенности профессиональной направленности студентов экономического профиля	287
<i>Бабей В. Д., Жижса А. В.</i> Квадиметрическая оценка качества макаронных изделий быстрого приготовления	291
<i>Сирош А. Ю., Дубеник Е. А., Крыж С. А., Баева В. Д., Лиморова А. Д., Шлотгауэр А. Н.</i> Обоснование создания игрового развлекательного туристического кластера военно-патриотической тематики в Республике Беларусь	296
<i>Лосева К. А., Писарчик У. М.</i> Повышение эффективности управления персоналом как фактор роста конкурентоспособности организации	300

НИРС БГЭУ

Сборник научных статей

Выпуск 9

Редактор и корректор *A. K. Лапуста*
Технический редактор *O. B. Амбарцумова*
Компьютерный дизайн *Ю. Н. Лаш*

Подписано в печать 22.01.2020. Формат 60x84/16. Гарнитура Times New Roman.
Офсетная печать. Усл. печ. л. 18,1. Уч.-изд. л. 20,0. Тираж 50 экз. Заказ

Издатель и полиграфическое исполнение: УО «Белорусский государственный
экономический университет».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/299 от 22.04.2014, № 2/110 от 07.04.2014.
Пр. Партизанский, 26, 220070, Минск.

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР
УО "Белорусский государственный экономический университет"
предлагает

- учебные
- учебно-методические
- научные
- справочные издания

У нас Вы можете приобрести литературу по следующей тематике:

- ◆ Экономическая теория и история экономических учений
- ◆ Банковское дело
- ◆ Международные экономические отношения
- ◆ Менеджмент
- ◆ Международный бизнес
- ◆ Маркетинг
- ◆ Организация и управление предприятием
- ◆ Экономика и управление торговлей
- ◆ Бухгалтерский учет, анализ и аудит
- ◆ Экономика и управление туризмом
- ◆ Статистика
- ◆ Хозяйственное право
- ◆ Финансы
- ◆ Русский, белорусский, иностранные языки для студентов экономических специальностей
- ◆ Довузовская подготовка студентов экономических специальностей

НАШ АДРЕС

220070, Минск, просп. Партизанский, 26, учеб. корпус 2, каб. 19
Издательский центр БГЭУ. Отдел маркетинга

Тел./факс 209-78-98; тел. 229-12-39

e-mail: publish@bseu.by
chesnokov@bseu.by

Витрина в Internet: <http://books.bseu.by>

