

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский государственный экономический университет

Научное издание

**НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Материалы
X Международной научно-практической конференции студентов

Минск, 12–13 апреля 2017 года

Корректор *Т. В. Чайковская*
Технический редактор *О. В. Амбарцумова*
Компьютерный дизайн *Т. В. Бесчетнова*

Подписано в печать 29.08.2017. Формат 60x84/16. Гарнитура SchoolBook.
Офсетная печать. Усл. печ. л. 24,6. Уч.-изд. л. 23,2. Тираж 100 экз. Заказ

УО «Белорусский государственный экономический университет».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/299 от 22.04.2014.
220070, Минск, просп. Партизанский, 26.

Отпечатано в УО «Белорусский государственный экономический университет».
Лицензия полиграфическая № 02330/210 от 14.04.2014.
220070, Минск, просп. Партизанский, 26.

**НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ**

Материалы
X Международной научно-практической конференции
студентов

Минск, 12–13 апреля 2017 года

Минск 2017

УДК 338(476)
ББК 65.9(4Бел)
Н35

Редакционная коллегия:

Г. А. Короленок (председатель), *О. А. Морозевич* (заместитель председателя), *Е. И. Астапов*, *О. В. Гулина*, *А. И. Ерчак*, *Л. Н. Маркусенко*, *О. Г. Матковская*, *С. В. Разумова*, *М. В. Сидорова*, *О. М. Смолякова*, *В. В. Тур*, *Е. А. Цедрик* (ответственный секретарь)

У т в е р ж д е н о Редакционно-издательским советом БГЭУ

Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы Н35 и перспективы развития : материалы X Международной конф. студентов (Минск, 12–13 апр. 2017 г.). — Минск : БГЭУ, 2017. — 423 с.

ISBN 978-985-564-168-2.

В издание включены тезисы научных докладов X Международной научно-практической конференции студентов по актуальным вопросам развития национальной и мировой экономик.

Сборник предназначен для студентов и магистрантов, а также широкого круга читателей, интересующихся вопросами функционирования и модернизации национальной экономики, развития экономического партнерства и интеграционных процессов в мировой экономике.

Тезисы печатаются в авторской редакции.

УДК 338(476)
ББК 65.9(4Бел)

ISBN 978-985-564-168-2

© Белорусский государственный
экономический университет, 2017

Секция 1

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

А.Л. Бесман
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **М.Н. Базылева** — канд. экон. наук

ДИСКРИМИНАЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА

Дискриминация на рынке труда является одной из актуальных проблем. Ее наиболее полное определение сформулировано Международной организацией труда в ст. 1 Конвенции № 111 «О дискриминации в области труда и занятий».

Дискриминация возникает при различном отношении к работникам на основе признаков, не имеющих отношения к их производительности. Чаще всего имеются в виду признаки, которыми человек обладает от рождения: раса, цвет кожи, происхождение, национальная или этническая принадлежность, пол, возраст и пр.

Основной целью работы было описать различные случаи дискриминации мужчин и женщин в различных сферах занятости. Помимо выявления и описания таких случаев нами проанализированы специфика данного явления в разных сферах занятости и реакция респондентов на случаи дискриминации.

Более четверти вакансий (25,2 %) предполагает наличие возрастных ограничений. В половине из этих случаев работодатель ограничивает верхнюю границу возраста на уровне 30–45 лет, еще в четверти случаев эта планка не превышает 30 лет.

Заработная плата женщин по сравнению с заработной платой мужчин, занимающих аналогичные рабочие места и имеющих тот же объем человеческого капитала, в среднем ниже на 22,5 % [3].

Работники 30–44 лет при прочих равных условиях имеют заработную плату на 6–7 % выше, чем представители других возрастных групп.

В современных белорусских условиях также правомерно ставить вопрос о наличии дискриминации на основе семейного положения, беременности, национальной принадлежности, гражданства, наличия регистрации по месту жительства, места работы близких родственников, внешнего вида, убеждений, отношения к воинской обязанности и многих других признаков.

Женская социальная группа в Беларуси очень качественная: среди работников с высшим образованием 60,4 % составляют женщины и лишь 39,6 % — мужчины; среди специалистов женщины составляют

74,2 %, мужчины — лишь 25,8 %, да и женщин на рынке труда больше чем мужчин.

Девушки чаще делают выбор в пользу государственного сектора, где, как правило, законодательство соблюдается, а юноши охотнее идут на небольшие предприятия и строят собственный бизнес. Кроме того, юноши чаще, чем девушки, претендуют на работу с хорошей зарплатой (37 и 27 % соответственно) и перспективами карьерного роста (22 и 16 %). Размер зарплаты, на который претендовали девушки, в среднем составлял 91 % претензий юношей [1].

При трудоустройстве вопросы о семейном положении и наличии детей задаются девушкам значительно чаще, чем юношам: их в 4 раза чаще просили поделиться планами относительно рождения детей.

Среди работающих участников опроса значительное большинство трудоустроено по специальности. Интересно, что этот показатель выше у лиц женского пола. Так, среди респондентов мужского пола работают по полученной специальности 65,2 %, а среди респондентов женского пола — 73,8 % [1].

При этом молодые женщины более скептически в отношении возможностей найти достойную работу в Беларуси. Так, сомнения в перспективах на данный счет выразили 68,6 % молодых женщин и 51,2 % молодых мужчин. Более того, 20,4 % респонденток и 8,8 % респондентов согласились, что в Беларуси вообще нет никакой возможности найти достойную работу.

На оплату труда оказывает влияние не только сфера работы, но и положение в карьерной иерархии. Молодые мужчины усматривают для себя больше карьерных возможностей, чем женщины: 35,1 % респондентов и 24,9 % респонденток отметили, что их устраивают возможности карьерного роста [2].

Как показало наше исследование, женщин дискриминируют также и при продвижении по службе, при этом ей совсем необязательно состоять в браке и иметь детей, чтобы оказаться в этой ситуации.

Литература

1. *Свирдюк, А. У.* Экономика : в 2 т. / А. У. Свирдюк. — М. : Юрайт, 2015. — Т. 2 : Микроэкономика. — 674 с.
2. *Калабихина, И. В.* Дискриминация на рынке труда / И. В. Калабихина. — М. : Проект, 2016. — 236 с.
3. *Боярцева, В. К.* Факторы экономического роста / В. К. Боярцева. — М. : Академия, 2016. — 327 с.

В.А. Бобко, И.В. Фирш
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.А. Рудак** — канд. экон. наук

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Динамичное инновационное развитие национальной экономики на современном этапе развития общественного производства невозможно без привлечения иностранных инвестиций. Поэтому одним из важнейших направлений экономической политики Республики Беларусь является привлечение и эффективное использование иностранных инвестиций.

Беларусь предлагает потенциальным инвесторам прямой доступ к рынку Евразийского экономического союза, а также логистические центры на перекрестке главных путей между ЕС и СНГ. Немаловажную роль для иностранных инвесторов должны играть развитая инфраструктура, квалифицированные и недорогие трудовые ресурсы нашей страны.

Для привлечения иностранных инвесторов белорусское правительство проводит системную работу по улучшению инвестиционного климата: установлены значительные налоговые льготы для иностранных инвесторов, созданы возможности приобретения действующих предприятий в рамках реализуемой в стране программы приватизации госсобственности. Для поддержки инвесторов создано Национальное агентство инвестиций и приватизации, введен институт инвестиционного агента. 24 января 2014 г. вступил в силу Закон «Об инвестициях», в котором внесены существенные изменения в инвестиционное законодательство Республики Беларусь, учитывающие положительный опыт других стран.

По состоянию на начало 2015 г. в нашей стране было создано 2746 предприятий с участием российского капитала, 526 — с участием литовского, 351 — немецкого, 541 — кипрского, 286 — с капиталом Соединенного Королевства. В качестве примера успешных проектов можно назвать такие компании, как: СП ЗАО «МАЗ-МАН» (с участием немецкого капитала), ОАО Stadler Минск (швейцарская компания), ИЗАО «Пивоварни Хайнекен в Беларуси» (Нидерланды), ИП «Velcom» (Австрия), ОАО «Приорбанк» (Австрия).

Всего в 2015 г. в реальный сектор Республики Беларусь (без банков) поступило 11,3 млрд долл. США валовых иностранных инвестиций, 53 % из которых приходится на страны ЕС. Прямые иностранные инвестиции составили 7,2 млрд долл. США, что составило 63,8 % от их общего объема, портфельные — 0,005 млрд долл. США, прочие — 4,1 млрд долл. США.

По итогам 2015 г. среди стран — доноров прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь наибольший удельный вес занимали:

Россия (45,1 %), Соединенное Королевство (30,3 %), Кипр (9,0 %), Польша (2,6 %), Литва (1,9 %), Украина (1,2 %), Китай (1,1 %), Германия (1,0 %), Австрия (1,0 %), Латвия (0,8 %). На долю прочих стран-доноров в совокупности пришлось — 6,0 % поступивших иностранных инвестиций.

Структура ПИИ в 2015 г. по видам экономической деятельности характеризуется следующим образом: торговля — 45,1 %, транспорт — 31,2 %, обрабатывающая промышленность — 11,6 %, связь — 2,6 %, деятельность, связанная с вычислительной техникой — 2,4 %, операции с недвижимым имуществом — 1,8 %, сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство — 1,5 %, финансовая деятельность — 1,2 %, строительство — 0,8 % [1].

По величине привлекаемых иностранных инвестиций Республика Беларусь отстает от других стран СНГ и нуждается в дальнейшем их увеличении. В условиях острой конкуренции за инвестора на мировом рынке необходимо продолжить совершенствование законодательной базы в сфере международного инвестиционного сотрудничества, постоянное внимание уделять повышению инвестиционного имиджа нашей страны.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь (официальный сайт) [Электронный ресурс]. — Минск, 2017. — Режим доступа: www.belstat.gov.by. — Дата доступа: 20.05.2017.

А.С. Бутрим
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.Н. Бондарь — канд. экон. наук

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Экономические преступления — общественно опасные и противоправные деяния, причиняющие ущерб экономическим и хозяйственным интересам предприятий и граждан. Они условно классифицируются на преступления в области кредитных отношений, в сферах торговли и обслуживания населения, денежного обращения и ценных бумаг; таможенные, валютные, налоговые преступления; преступления должностных лиц в сфере экономической деятельности; преступления, нарушающие общий порядок осуществления предпринимательской деятельности; преступления, связанные с банкротством.

В 2014 г. материальный ущерб от коррупционных и экономических преступлений в Республике Беларусь составил 135 млрд бел. руб. Было выявлено 2521 преступление против порядка осуществления экономи-

ческой деятельности, что на 32,4 % меньше, чем в 2010 г. Наиболее распространенные — преступления в сфере изготовления и сбыта поддельных денежных знаков, ценных бумаг — 31 % общего числа совершенных экономических преступлений; нарушения правил о сделках с драгоценностями — 17,5 %; преступления в сфере налогообложения — 13,6 %; незаконная предпринимательская деятельность — 6,8 %. Необходимо отметить увеличение в 2,3 раза числа случаев уклонения от погашения кредиторской задолженности, которые обусловлены снижением платежеспособности населения в сложившихся социально-экономических условиях.

Лидером по количеству выявленных преступлений экономического характера является г. Минск — 26 % общего количества по республике, что связано в первую очередь с локализацией в столице большого числа субъектов хозяйствования. На втором месте (17,6 %) — Брестская область, которая граничит с двумя иностранными государствами (одно из которых член ЕС) и является международным транспортным коридором, что обуславливает большой удельный вес таможенных преступлений.

В настоящее время государством ведется активная деятельность по выявлению и пресечению фактов нарушения ведения экономической деятельности, наносящих ущерб интересам государства. Беларусь уже пять лет планомерно идет по пути смягчения наказаний за экономические преступления, постепенно реализуя политику штрафных взысканий взамен тюремного срока, за исключением принятия взяток и использования служебных полномочий в целях получения личной финансовой выгоды, за которые предусмотрена уголовная ответственность. В последнее время значительное внимание стало уделяться проблемам коррупции, хищениям, совершаемым должностными лицами.

Главной задачей государственных органов по пресечению и предупреждению экономических преступлений являются защита интересов государства от противоправных посягательств в экономической сфере и обеспечение экономической безопасности Республики Беларусь.

Литература

1. Правонарушения в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2015.

2. Следственный комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://sk.gov.by>. — Дата доступа: 01.03.2017.

3. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://pravo.by/pravovaya-informatsiya/normativnye-dokumenty/kodeksy-respubliki-belarus>. — Дата доступа: 03.03.2017.

4. ГУБЭП КМ МВД РБ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bep.mvd.gov.by>. — Дата доступа: 03.03.2017.

Д.А. Волкова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.А. Рудак** — канд. экон. наук

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Человеческий потенциал является главным экономическим ресурсом страны. Его состояние оказывает существенное (как положительное, так и отрицательное) влияние на результаты экономической деятельности.

Человеческий потенциал определяется многочисленными факторами, важнейшими из которых являются демографические показатели: половозрастная структура населения, средняя продолжительность жизни мужчин и женщин, соотношение смертности и рождаемости.

Анализ уровня рождаемости в Республике Беларусь показывает, что он достаточно низкий. Суммарный коэффициент рождаемости на 2015 г. составляет 1,76 на одну женщину, что соответствует уровню рождаемости в наиболее развитых странах мира. В последнее время стали заметны черты так называемого «европейского» репродуктивного поведения у населения. Это проявляется в стремлении населения к самореализации, карьерному росту, высоким стандартам потребления. Как и для многих европейских государств, для Республики Беларусь характерна тенденция увеличения среднего возраста женщин при рождении первого ребенка.

Данные за последнее десятилетие о рождаемости и смертности в Республике Беларусь приведены в представленной ниже таблице.

Общие коэффициенты рождаемости и смертности населения
в Республике Беларусь (на 1000 человек населения)

Показатель	Год									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Рождаемость	10,8	11,3	11,4	11,4	11,5	12,2	12,5	12,5	12,5	12,4
Смертность	13,9	14,1	14,2	14,4	14,3	13,4	13,2	12,8	12,6	12,6

Источник: собственная разработка на основе [1].

Несмотря на рост рождаемости и снижение смертности, баланс между этими показателями оказался негативным: естественная убыль населения в 2015 г. составила 621 чел. Но по сравнению с 2014 г. этот показатель уменьшился в 4,8 раза (на 2387 чел.) [1].

Что касается дальнейшего развития демографических процессов в Республике Беларусь, то сокращение численности населения страны будет происходить вследствие отрицательного естественного прироста.

Несмотря на явные негативные тенденции в динамике рождаемости и смертности начиная с 1990-х гг., а также депопуляции, которая длится уже два десятилетия, экономика Республики Беларусь до последнего времени не ощущала их отрицательного воздействия в связи с тем, что в стране до 2006 г. постоянно росли как абсолютная численность, так и доля населения в трудоспособном возрасте. Однако при падении рождаемости неизбежно снижается процент молодежи и возрастает доля пенсионеров. Так, с 2007 г. начал уменьшаться удельный вес численности населения в трудоспособном возрасте. В связи с новой демографической ситуацией повышается роль миграционной политики. Миграция стала одним из важных факторов роста численности населения нашей страны и изменения его структуры.

Существенную роль в решении данной проблемы играет социальная политика, направленная на дальнейшее развитие здравоохранения, поддержку многодетных семей, стимулирование рождаемости.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь (официальный сайт) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.belstat.gov.by. — Дата доступа: 13.05.2017.

М.Ю. Грузд
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.И. Сакович** — канд. экон. наук

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ В БЕЛАРУСИ

Одной из ведущих идей современной мировой экономики является тенденция инновационного развития. Она включает в себя в качестве основных следующие составляющие: научно-техническое развитие на базе современной НТР; систему формирования инновационно активных кадров; инновационную инфраструктуру; инновационный менеджмент; систему мотивации и стимулирования. Степень развитости этих составляющих позволяет судить о мере развитости или неразвитости инновационной экономики.

В международных рейтингах научно-технического и инновационного развития Беларусь занимает неплохие позиции. Так, в ежегодном Глобальном индексе инноваций Беларусь заняла 79-е место из 128 стран мира и вошла в ТОП-30 государств по индикаторам «Количество патентных заявок на единицу ВВП» и «Количество заявок на полезные модели на единицу ВВП» (27-е и 19-е места соответственно).

В рейтинге патентной активности Республика Беларусь заняла 52-е место по уровню активности в сфере интеллектуальной собствен-

ности (резиденты и нерезиденты) и 58-е место по уровню активности в сфере интеллектуальной собственности (резиденты).

Одним из показателей, характеризующих инновационное развитие нашей республики, является число отечественных патентных заявок на изобретения, поданных в Беларуси, в расчете на 10 000 чел. населения. Как свидетельствует статистика, наблюдается устойчивая тенденция к снижению данного показателя. Так, в 2010 г. он был на уровне 1,9; в 2011–2012 гг. — 1,8; в 2014 г. — 0,8; в 2015 г. — 0,6 [1, с. 32].

В результате выполнения Государственной программы инновационного развития на 2011–2015 годы в Беларуси на действующих предприятиях были созданы 186 новых производств, модернизированы на основе внедрения передовых технологий 274 действующих производства, что обеспечило рост общего объема отгруженной продукции. Вместе с тем удельный вес отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) в общем объеме отгруженной продукции организаций промышленности не сохраняет устойчивой тенденции роста. Достигнув максимальной отметки 17,8 % в 2012–2013 гг., в 2015 г. этот показатель составил только 13,1 %. Тенденция снижения сохраняется относительно удельного веса отгруженной инновационной продукции новой для внутреннего рынка (с 60,0 % в 2011 г. данный показатель снизился на 24,3 процентных пункта и составил в 2015 г. 35,7 %). Удельный вес отгруженной инновационной продукции, новой для мирового рынка, в общем объеме отгруженной продукции, напротив, характеризуется небольшим ростом (для сравнения: в 2010 г. он составил — 0,8 %, 2014 г. — 1,2 %, 2015 г. — 1,8 %) [1, с. 32].

В целом анализ некоторых аспектов развития национальной экономики показывает, что Беларусь активно продвигается по инновационному пути. Однако инновационные показатели республики сравнительно невысоки. Причинами сдерживания инновационной деятельности в стране являются: ограниченность финансовых ресурсов; неготовность предприятий к освоению новейших научно-технических достижений; недостаток информации о новых рынках сбыта; отсутствие механизма экономического стимулирования инновационной активности предприятий.

Литература

1. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.
2. Шумилин, А. Г. Национальная инновационная система Республики Беларусь : моногр. / А. Г. Шумилин. — Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2014. — 225 с.

СТРАХОВОЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В современных условиях рынок страхования играет значительную роль в экономическом развитии страны [1, с. 31]. Актуальность представленной темы подтверждается тем фактом, что успешное развитие рыночной экономики непосредственно связано со становлением небанковских кредитно-финансовых учреждений, к которым и относятся страховые организации [2, с. 20]. Страховой рынок является четким индикатором степени развитости рыночной экономики: сильная рыночная экономика требует высокого уровня страховой защиты. Именно поэтому объектом исследования в данной работе выбран рынок страховых услуг в Республике Беларусь. В ходе написания работы были использованы следующие методы исследования: сравнительный, дидактический, аналитический, дедукции, индукции, позитивный и нормативный, анализ, синтез и другие.

В исследовании рассмотрены и систематизированы отличительные черты рынка страховых услуг в Республике Беларусь, выявлены основные проблемы, сдерживающие его рост и развитие; составлен рейтинг наиболее влиятельных страховых фирм Беларуси, рассмотрены варианты развития данной отрасли и предложены возможные способы решения некоторых проблем [3, с. 15; 4; 5].

В настоящее время в Республике Беларусь роль страхования в качестве значимой сферы рыночной экономики страны принижена. В стране на протяжении уже многих лет наблюдается низкий спрос на услуги страхования [6].

Можно выделить отличительные черты рынка страхования в Республике Беларусь:

- дискриминация негосударственных страховых компаний и ограничения в отношении деятельности иностранных страховых компаний на территории страны;
- приоритетное развитие обязательных видов страхования;
- низкая конкуренция между компаниями;
- низкая страховая активность населения;
- существуют определенные традиции и отсутствуют стимулы к страхованию;
- маленькая доля рынка страховых услуг в объеме ВВП.

Литература

1. Грищенко, Н. Б. Основы страховой деятельности : учеб. пособие / Н. Б. Грищенко. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2001. — С. 274.

2. *Абрамов, В. Ю.* Страхование: теория и практика / В. Ю. Абрамов. — М. : Волтерс Клувер, 2012 — С. 365.

3. *Гламбоцкая, А. А.* Основные проблемы страхового рынка Республики Беларусь: анализ и рекомендации / А. А. Гламбоцкая // Экономика Беларуси. — 2011. — № 9.

4. Действующие страховые организации по состоянию на 6 марта 2017 г. [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/ru/supervision/reestr/>. — Дата доступа: 10.04.2017.

5. Статистическая информация о состоянии рынка страховых услуг Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/ru/supervision/stat/>. — Дата доступа: 10.04.2017.

6. Страховой рынок Республики Беларусь за 2015 год [Электронный ресурс] // Белорусская ассоциация страховщиков. — Режим доступа: <http://www.belasin.by/page107.aspx>. — Дата доступа: 11.04.2017.

А.А. Жудрик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Т.Л. Майборода** — канд. экон. наук

КАК РАСПРОСТРАНЕНИЕ ВЕГЕТАРИАНСТВА ИЗМЕНИТ МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ?

Количество вегетарианцев в мире растет довольно быстрыми темпами. Подавляющее их большинство проживает в Индии — не менее 80 %. Следующие по численности вегетарианцев — западные развитые страны, такие как Великобритания, Швеция, Германия (8–10 % приверженцев вегетарианского питания). Причины, по которым люди становятся вегетарианцами, различны: религиозная, этическая, экологическая и экономическая. Потребление мяса экономически нецелесообразно, считают некоторые люди, так как цены на мясные изделия слишком высоки.

В научном журнале *Proceedings of the National Academy of Sciences* опубликовано исследование профессора Оксфордского университета Марко Спрингманна и его коллег [1]. Ученые подсчитали, сколько мировая экономика сможет сэкономить, если все население Земли станет вегетарианцами, веганами или хотя бы начнет следовать рекомендациям Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) в области питания и физической нагрузки. По их подсчетам, при сохранении текущего уровня потребления мяса глобальная экономика к 2050 г. понесет убытки в размере около 1,6 трлн долл. США. Было также посчитано, что следование нормам ВОЗ позволит избежать 5,1 млн смертей ежегодно. Для «вегетарианского сценария» этот показатель составляет 7,3 млн смертей, для «веганского» — 8,1 млн смертей. Если к 2050 г. все жители Земли станут вегетарианцами, глобальный уровень смертности мо-

жет снизиться на 10 % благодаря сокращению числа заболеваний сердечно-сосудистой системы, а также смертей от диабета и рака. Снижение числа хронических заболеваний, вызванных неправильным питанием, также приведет к снижению трат на медицинские услуги, что позволит сэкономить около 2–3 % глобального ВВП. Спрингманн и коллеги подсчитали выгоду от уменьшения количества углекислого газа в атмосфере. При сценарии с соблюдением норм ВОЗ этот показатель составит 234, при вегетарианском — 511, при веганском — 570 млрд долл. США. Но исследователи признают, что такая экономия возможна только при условии серьезного пересмотра рекомендуемых диет по всему миру — например, население земного шара должно будет сократить потребление красного мяса на 56 % и увеличить потребление фруктов и овощей на 25 %, а также сократить на 15 % количество потребляемых калорий [1].

Следует отметить и проблемы, которые могут быть вызваны увеличением числа вегетарианцев: рост безработицы; медицинские проблемы; потеря биоразнообразия и техническая невозможность растениеводства; исчезновение культурных традиций, связанных с потреблением мяса [2].

Средний белорус потребляет 91 кг мяса в год — вдвое выше среднемирового показателя. За 9 месяцев 2016 г. в сельскохозяйственных организациях производство скота и птицы составило 1,3 млн т. На 2016 г. почти 2,5 млн белорусов подвержены сердечно-сосудистым заболеваниям и более 287 тыс. больны сахарным диабетом [3]. Если все больше белорусов будет следовать нормам ВОЗ или же прибегнет к вегетарианскому (или веганскому) образу жизни, то можно сократить данные цифры примерно вдвое.

Литература

1. Сколько сэкономит мировая экономика, если все станут вегетарианцами [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ibusiness.ru/blog/future/41656>. — Дата доступа: 17.03.2017.

2. *Нувер, Р.* Что произойдет, если все люди вдруг станут вегетарианцами [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bbc.com/russian/vert-fut-37730605>. — Дата доступа: 15.03.2017.

3. *Жуков, А.* Белстат: на каждого белоруса в стране производится 632 кг картофеля, 121 кг мяса и 743 кг молока [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://agriculture.by/news/beloruskij-rynok/belstat-na-kazhdogo-belarusa-v-strane-proizvoditsja-632-kg-kartofelja-121-kg-mjasa-i-743-kg-moloka>. — Дата доступа: 19.03.2017.

Е.С. Занько, Д.В. Рублевская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.В. Чеплянский** — канд. экон. наук

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Подверженность экономики, как и любой сферы жизни общества, влиянию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) заставило ученых заговорить о «новой», информационной экономике, в которой большая часть валового внутреннего продукта обеспечивается деятельностью по производству, обработке, хранению и распространению информации и знаний, причем в этой деятельности участвуют более половины занятых [1, с. 14]. Многие страны уже заняли активную позицию в данном направлении, и, для того чтобы выстоять в условиях глобальной конкуренции и укрепить свое место на мировых рынках, Республике Беларусь необходимо также развивать информационную экономику.

Предпосылками развития информационной экономики в Беларуси являются: выгодное географическое положение, представительство в нашей стране крупнейших компаний в IT-отрасли, заинтересованность государства в развитии и совершенствовании ИКТ и информационной экономики в целом. Вместе с тем недостаточно развитое информационное общество, несовершенная правовая база в области регулирования информационных отношений, недостаточный уровень подготовки кадров в IT-области, а также малый удельный вес иностранных инвесторов замедляют процесс ее формирования. В связи с этим целесообразно определить приоритеты и стратегию действий для скорейшего преодоления вышеперечисленных проблем и развития информационной экономики.

Эффективными, на наш взгляд, мерами будут являться:

- разработка эффективной нормативной правовой базы в сфере регулирования информационных отношений;
- подготовка высококвалифицированных кадров в области ИКТ;
- повышение уровня информатизации населения, увеличение числа пользователей Интернет;
- создание условий для эффективного распространения информации (применение Интернет-технологий и др.);
- предоставление различного вида льгот для тех, кто исследует, развивает и применяет ИКТ в различных сферах, особенно в экономике;
- привлечение зарубежных инвесторов для развития IT-отрасли в стране;
- реализация программ по развитию IT-отрасли со стороны государства (финансирование, защита и др.), развитие внутреннего спроса на IT-технологии;

- формирование единого информационно-правового пространства, прежде всего в СНГ, развитие систем межгосударственного обмена информацией.

В мировой практике уже есть примеры государств (США, Южная Корея, Великобритания и др.), которые достигли высоких результатов в развитии информационной экономики. Исходя из опыта этих стран, а также приняв вышеперечисленные меры, Республику Беларусь будут ожидать: расширение масштабов рынка IT-услуг, электронной торговли, IT-аутсорсинга, расширение использования электронных платежных систем, развитие национальной информационно-коммуникационной инфраструктуры и в итоге — увеличение процентной доли информационных услуг в ВВП.

Литература

1. *Гринберг, А. С.* Информационный менеджмент : учеб. пособие для вузов / А. С. Гринберг, И. А. Король. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 415 с.

Д.А. Иванчик

Филиал РГСУ (Минск)

Научный руководитель **А.И. Яцук** — канд. экон. наук

ВКЛАД МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь в качестве наиболее перспективной модели развития экономики была выбрана социально ориентированная рыночная модель, которая является высокоэффективной экономикой с развитым частным бизнесом и рыночной инфраструктурой, действенным государственным регулированием, заинтересовывающим предпринимателей в развитии производства, а наемных работников — в высокопроизводительном труде.

В начале 2016 г. в Беларуси была принята программа «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» на 2016–2020 гг. Ключевые целевые показатели всех программ — увеличение доли малых и средних предприятий (МСП) в ВВП и занятости населения. На 2015 г. ставилась задача по доведению вклада МСП в ВВП до 30 %, на 2020 г. — показатель увеличен до 32 %. При этом в структуре занятости доля МСП и индивидуальных предприятий должна составить 35 %. При обсуждении стратегии развития МСП до 2030 г. называлась доля вклада данного сектора в ВВП в 50 %. Эти цифры существенно превышают фактические значения доли МСП в экономике (24,2 % ВВП в 2015 г. с учетом ИП) и подразумевают быстрое развитие частного сектора.

В условиях изменения структуры экономики и сокращения сектора государственных предприятий ожидается, что за счет большей гибкости и мобильности сектор МСП может стать «фундаментом для возникновения условий интенсивного экономического роста», обеспечив лучшую адаптацию к «часто изменяющимся рыночным условиям» [1].

Как самостоятельный элемент рыночной экономики малое предпринимательство способствует структурной перестройке экономики, укреплению экономической базы регионов, увеличивает общие объемы производства и розничного товарооборота, создает благоприятную среду для развития конкуренции, обеспечивает занятость значительной части населения, стимулирует внедрение достижений научно-технического прогресса.

Поддержка нужна для любого масштаба бизнеса. На старте необходимо упрощение регуляторных процедур, снижение налоговой нагрузки, профессиональные консультации. Для развивающихся компаний более актуальна финансовая поддержка на возвратной основе [2].

По итогам 2015 г. численность занятых в сфере МСП (включая ИП и привлекаемых ими наемных лиц) составила 1417,6 тыс. чел. и уменьшилась по сравнению с 2010 г. на 81,7 тыс. чел. [3]. По итогам 2016 г. количество юрлиц — субъектов МСП на 1 тыс. занятых в экономике — 26,0; количество ИП на 1 тыс. занятых в экономике — 54,1 [4].

Ключевым моментом государственных программ является необходимость равномерного регионального развития МСБ с учетом специфики экономики каждого региона и его определенных преимуществ, что отражается в государственной политике и направлено на модернизацию экономики.

Литература

1. Тенденции развития малого и среднего бизнеса в Беларуси / Исследовательский центр ИПМ. — Минск, 2016. — 2 с.
2. Инфляция в Беларуси [Электронный ресурс] // Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://myfin.by>. — Дата доступа: 06.03.2017.
3. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 21.03.2017.
4. МСП в экономическом кризисе [Электронный ресурс] // Белрынок. — Режим доступа: <http://www.belrynok.by/>. — Дата доступа: 21.03.2016.

МАЛЫЙ БИЗНЕС И ЕГО РАЗВИТИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Малый бизнес — это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных критериях, установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями [1, с. 14].

Сегодня малый бизнес — основа современной модели экономики. Он обеспечивает основные конкурентные преимущества экономики рыночного типа, придает необходимую гибкость рыночному механизму, создает предпосылки для развития экономики, формируя, с одной стороны, конкурентную среду, с другой — основные нововведения. Малые компании способны оперативно реагировать на изменение потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке. Малый бизнес вносит существенный вклад в формирование конкурентной среды, что для экономики Республики Беларусь имеет важнейшее значение.

В период с 2011 по 2014 г. в Республике Беларусь наблюдался устойчивый прирост количества микро- и малых организаций, в 2015 г. отмечено сокращение их количества на 6745 единиц по сравнению с предыдущим годом (111 792 единиц). Количество микро- и малых организаций по состоянию на 1 февраля 2017 г. составило 110 358 единиц (в том числе 10 971 единица (9,94 %) — малые организации, 99 050 единиц (89,75 %) — микроорганизации), и по сравнению с 1 января 2011 г. их количество увеличилось на 21 685 единиц, темп роста составил 124,5 %.

Сфера деятельности малых предприятий охватывает все отрасли экономики, но большинство из них функционирует в торговле и общепите (38,5 %), обрабатывающей промышленности (14,0 %), на транспорте (12,1 %), осуществляет операции с недвижимостью, арендой и предоставляет услуги (13,6 %) [2].

Роль малого бизнеса в общих результатах экономической деятельности Беларуси постоянно растет. Вместе с тем, несмотря на определенные успехи и положительную динамику, общий уровень развития малого бизнеса в Беларуси по сравнению с другими странами, вставшими на путь рыночных реформ, остается одним из самых низких. Причины этого можно разделить на две группы. Первая группа касается сферы взаимоотношений предпринимателей с государством. Усиление государственного регулирования экономических процессов привело к усложнению и удорожанию процедур создания бизнеса, воздело множество административно-бюрократических барьеров для его функциони-

рования и развития. Вторую группу составляют экономические условия функционирования субъектов хозяйствования.

Для развития малого бизнеса в Республике Беларусь важны создание институциональной среды, обеспечивающей защиту прав собственности, низкие барьеры входа-выхода, а также доступность капитала, новых знаний и управленческого опыта.

Существующие проблемы можно решить объединенными усилиями и согласованными действиями самих субъектов предпринимательства, их объединений, структур его поддержки, органов государственной власти.

Представляется, что реализация данных мероприятий будет способствовать дальнейшему развитию малого бизнеса в Республике Беларусь, увеличению числа малых и микроорганизаций, повышению их удельного веса в основных социально-экономических показателях страны. Это, в конечном счете, должно привести к структурной перестройке экономики, повышению эффективности ее функционирования.

Литература

1. *Балашевич, М. И.* Экономика и организация малого бизнеса : учеб. пособие / М. И. Балашевич, Т. П. Быкова. — Минск : БГЭУ, 2012. — 335 с.
2. Основные экономические показатели деятельности микроорганизаций и малых предприятий [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 12.11.2016.

Н.Н. Кончевская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель *М.Н. Базылева* — канд. экон. наук

ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ И АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ

Нередко следствием рыночных операций являются внешние эффекты, которые затрагивают не только производителя и потребителя, но и третьих лиц [1]. Они могут быть как положительными при позитивных воздействиях на третьих лиц, так и отрицательными, когда деятельность одного экономического субъекта вызывает издержки других и уменьшает их благосостояние [2].

Наиболее ярким примером отрицательных внешних эффектов является загрязнение окружающей среды (воздуха, воды и почвы), а его следствием — парниковый эффект, аномальные отклонения температуры, повышение уровня мирового океана, таяние ледников, т.е. изменение климата на планете. Этим и обусловлена актуальность изучения данной проблемы.

Целью исследования является поиск эффективного способа противодействия последствиям отрицательных внешних эффектов, в частности связанных с загрязнением окружающей среды.

Данное исследование показало, что возникает необходимость формирования менее ресурсоемкой и природоемкой экономической системы, примером которой является «зеленая» экономика.

Основными чертами «зеленой» экономики являются эффективное использование природных ресурсов, сохранение и увеличение природного капитала, уменьшение загрязнения, низкие углеродные выбросы, предотвращение утраты экосистемных услуг и биоразнообразия, рост доходов и занятости, ликвидация нищеты [3].

В Республике Беларусь переход к «зеленой» экономике становится одним из приоритетов социально-экономического развития. Ее основными направлениями являются следующие:

- развитие электротранспорта и городской мобильности, сооружение транспортных развязок на разных уровнях магистралей;
- повышение энергоэффективности ресурсов;
- повышение потенциала использования возобновляемых источников энергии;
- повышение энергоэффективности жилищного фонда;
- внедрение в сельском хозяйстве органического производства, ресурсосберегающих технологий;
- повышение использования первичных отходов;
- развитие экологического туризма [4].

Литература

1. *Коваленко, А. В.* Микроэкономика : учеб.-метод. пособие / А. В. Коваленко, А. В. Бельский. — Минск : БГУ, 2013. — 368 с.
2. *Михайлова, М. А.* Внешние эффекты: возникновение и проявления / М. А. Михайлова // Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та. — 2013. — № 4. — С. 12–16.
3. *Бондарь, А. В.* Концепция «зеленой» экономики в свете устойчивого развития / А. П. Чуракова // Новая экономика. — 2016. — № 1. — С. 157–167.
4. Социально-экономическая модель: становление и развитие: теория, методология, практика : в 2 кн. / под общ. ред. В. Г. Гусакова ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. — Минск : Беларус. навука, 2015. — Кн. 1. — 554 с.

В.М. Луцкий, А.П. Николайчик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.В. Коломиец** — канд. экон. наук

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рынок недвижимости Беларуси по историческим меркам еще очень молод. Он стал формироваться после введения в начале 1990-х гг. права частной собственности на недвижимое имущество и проведения приватизации, вследствие чего государство перестало быть единственным собственником подавляющего числа объектов недвижимости. В условиях переходной экономики формирование рынка недвижимости может рассматриваться как один из основных факторов перехода к рыночной экономике, стимулом для других сфер народного хозяйства, фактором привлечения инвестиций.

Интересно отметить, что за последние 10 лет офисная недвижимость Минска показала рост в 744 %, достигнув показателя в 76 м² к объему валового регионального продукта (далее — ВРП); Вильнюс показал рост в 118 % и сегодня имеет 37 м² к объему ВРП. На рынке торговой недвижимости Минск показал рост на 269 %, в то время как Вильнюс — на 75 %. Складская недвижимость в Беларуси приросла за минувшие 10 лет на 7949 %, в Литве же — всего на 57 %. Вместе с тем следует отметить, что Беларусь 10 лет назад стартовала с очень низкой базы, поэтому у нее и получился такой значительный рост. Если же сравнивать конечный результат, то сегодня Беларусь где-то по-прежнему отстает от своих прибалтийских соседей, а где-то уже сравнялась.

2016 г. оказался наиболее тяжелым для коммерческой недвижимости. По мнению экспертов, ценовое дно в этом сегменте достигнуто, и в ближайшее время возможны лишь незначительные колебания. За 2016 г. рынок офисных площадей Минска прирос на 71 тыс. м², достигнув почти 890 тыс. м², торговых — приблизился к отметке 440 тыс. м².

На сегодняшний день в сфере жилой недвижимости ситуация такая: предложение на рынке гораздо выше платежеспособного спроса, вследствие чего продавцы стараются максимально снизить стоимость объектов недвижимости. Такая динамика наблюдается на протяжении нескольких лет. На данный момент цены на недвижимость упали до рекордно низких (за последние 3 года они снизились в 3 раза) и продолжают падать.

На современном этапе развития рыночных отношений в жилищной сфере различные изменения могут быть реализованы с трудом, что обусловлено необходимостью внесения изменений в нормативные акты, модернизации основных фондов строительных организаций и организаций, занятых в производстве строительных материалов, изменения общественного мнения по поводу проводимой жилищной политики и введения ряда мер, которые могут усилить социальную напряженность

(например, существенное повышение стоимости жилищно-коммунальных услуг).

Что касается коммерческой недвижимости, то важно отметить, что в развитых странах рынок коммерческой недвижимости живет по несколько иным законам. Там инвестор оценивает потребности, потом под эти потребности строит, продает готовый объект и двигается дальше. В Беларуси это пока невозможно, что затрудняет приход на рынок крупных иностранных инвесторов в недвижимость, которые совсем не хотят строить здесь что-то, чтобы потом этим владеть, но с удовольствием бы что-то построили, чтобы продать.

Беларусь сегодня закончила начальное формирование самого рынка коммерческой недвижимости и сейчас должна начать создавать инвестиционный рынок этой недвижимости. Он заработает, как только в стране на постоянной основе начнут совершаться сделки с крупными объектами.

Литература

1. Ежедневник [Электронный ресурс] // Портал REALTY.EJ.BY. — Режим доступа: <https://realty.ej.by/>. — Дата доступа: 13.05.2017.
2. Недвижимость [Электронный ресурс] // Интернет-портал «TUT.BY». — Режим доступа: <https://realty.tut.by/>. — Дата доступа: 13.05.2017.

Д.И. Моховикова, Е.Н. Ковшер
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.А. Кравченко**

ПЛАТИТЬ ЧАЕВЫЕ ИЛИ НЕТ?

Чаевые прочно укоренились в большинстве стран мира, однако вопрос об их функции и необходимости законодательного закрепления до сих пор остается открытым. В связи с этим считаем актуальным проанализировать роль и место чаевых в экономике.

У чаевых существует негласный международный стандарт — 10 % суммы заказа. Наиболее дорогими с точки зрения чаевых странами Европы считаются Бельгия и Франция. Япония — страна, где чаевые оставлять не нужно совсем. Здесь считается, что владелец бизнеса сам в состоянии платить достойную зарплату сотрудникам [1].

Чаевые бывают включены в цену обслуживания. При этом в меню присутствуют надписи *service compris, tips included* или *Trinkgeld inberifen* [2].

В ресторанах и кафе Республики Беларусь клиенты оставляют в качестве чаевых 5–10 % стоимости заказа. Вместе с тем такая система приема дополнительного вознаграждения за оказанные услуги законодательно не закреплена.

Чаевые, по мнению экономистов, являются механизмом, дополняющим фиксированную рыночную цену услуги в нестандартных ситуациях. Это объяснение было бы верным в том случае, если бы размер чаевых напрямую зависел от количества и качества оказываемых клиенту дополнительных услуг. С одной стороны, посетитель ресторана знает лучше всех о качестве обслуживания, и потому именно он имеет право вознаграждать официанта; с другой — не более 5 % в структуре чаевых отражают качество обслуживания [3].

Можно выделить следующие плюсы и минусы при выплате чаевых всех участников сделки: 1) выигрыш владельца: он может установить относительно небольшую заработную плату, а значит можно экономить не только на оплате труда, но и на налогах, начисляемых на фонд заработной платы; 2) официант с помощью чаевых увеличивает свой доход, а платит налоги только с зарплаты; 3) для клиента встает вопрос размера чаевых и их уместности; 4) государство, в свою очередь, недополучает налоги, которые приходится на чаевые.

Итак, чаевые представляют собой один из элементов серого сектора экономики, так как их оплата напрямую не запрещена законом, тем не менее, это позволяет укрывать часть доходов, получаемых за выполнение услуг. Частично это связано со сложностями для бухгалтеров (до которых точно чаевые не доходят), особенно при безналичном расчете. При таком способе оплаты в бухгалтерском учете фирмы должен будет существовать порядок отдельной фиксации сумм, оплаченных по счету, и сумм чаевых. А там, где получателей чаевых несколько, требуется механизм персонализации этих «подарочных» денег. Проще говоря, бухгалтерия должна будет уметь определить, кому сколько подарили. Сегодня в Республике Беларусь нельзя оставить чаевые с помощью безналичного расчета, что еще больше усложняет возможность их контроля.

Законодательное закрепление чаевых потребует большого количества дополнительных издержек, связанных с осуществлением учета и отслеживанием его правильного исполнения. По нашему мнению, более целесообразным является законодательный запрет чаевых, что в дальнейшем приведет к увеличению официальной заработной платы обслуживающего персонала, как следствие — сокращению серого сектора экономики, увеличению налоговых поступлений и социальной защищенности работников сферы обслуживания.

Литература

1. Черкудинова, Д. Иностраный опыт: Как платят чаевые в разных странах мира [Электронный ресурс] // The Village. — Режим доступа: <http://www.the-village.ru>. — Дата доступа: 02.03.2017.
2. Мэндис, В. Сколько давать чаевых? Все о чаевых в 66 странах [Электронный ресурс] // Туристический портал Беларуси. — Режим доступа: <https://www.holiday.by>. — Дата доступа: 03.03.2017.
3. Все, что вам стоит знать о чаевых [Электронный ресурс] / LPgenerator LLC. — Режим доступа: <http://lpgenerator.ru>. — Дата доступа: 02.03.2017.

ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ И ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Рыночный механизм не всегда способен эффективно распределять имеющиеся в обществе ресурсы. Одним из проявлений «провала» рынка являются внешние эффекты — издержки или выгоды рыночных сделок, которые не были учтены в цене товара. Подразделяют их на отрицательные и положительные.

Сегодня целесообразно выделить проблему загрязнения окружающей среды, что является одним из проявлений отрицательных внешних эффектов. С точки зрения эффективности производства данная ситуация рынком не учитывается, и в результате создается больше продукции, чем необходимо.

Для регулирования внешних эффектов в настоящее время могут использоваться различные экономические методы. Так, в Республике Беларусь использование экологического налога наряду с проведением политики энергосбережения, внедрением систем регулирования энергии позволило уменьшить выбросы более чем в 3 раза по сравнению с уровнем 1990 г.

Рассматривая более подробно методы регулирования внешних эффектов, стоит отметить применение экологического налога, что стимулирует внедрение новых технологий и формирует дополнительные доходы государства. Однако это оказывает влияние на повышение цен. При этом в Беларуси некоторым предприятиям выгоднее заплатить небольшие налоги, чем тратить значительные средства на введение безопасных технологий.

Другим методом решения экологических проблем является создание рынка прав на загрязнение. Предполагается разделение объема допустимого загрязнения на ограниченное количество лицензий, которые становятся объектами купли-продажи. Рыночная цена на лицензии будет зависеть от спроса. Так будет найдено оптимальное с точки зрения общества решение.

Именно на методе создания рынка квот на загрязнение и основывается Киотский протокол. Страна, которая не успевала израсходовать свою квоту полностью, могла продать излишки. По расчетам МИД, участие Беларуси в Киотском протоколе могло принести стране от 400 до 1 млрд долл. США в год безвозмездных прямых инвестиций, которые могли быть направлены на модернизацию энергетической отрасли и природоохранные мероприятия. Однако воспользоваться данным механизмом республике не удалось.

В скором времени протокол должно сменить Парижское соглашение. Но для того чтобы использовать его финансовые инструменты,

белорусскому правительству придется пересмотреть уже принятые программы развития экономики и более критично подойти к их формированию в перспективе.

В современном мире каждый человек хочет жить в чистой окружающей среде, что требует установления строгого контроля над производителями. Это проблема не только здоровья нации и моральных ценностей, но также важный вопрос перепроизводства товаров и эффективности экономики в целом.

Литература

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 13.03.2017.
2. Чигирь, В. Экологи торжествуют: Беларусь ратифицировала Парижское соглашение по климату [Электронный ресурс] / В. Чигирь // Зеленый портал. — Режим доступа: <http://greenbelarus.info>. — Дата доступа: 15.03.2017.
3. Энциклопедия экономиста [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.grandars.ru>. — Дата доступа: 15.03.2017.
4. Бондарь, А. В. Микроэкономика : учеб. пособие / А. В. Бондарь, В. А. Воробьев. — Минск : БГЭУ, 2015. — 316 с.
5. Маненок, Т. «Торговля воздухом»: упустила ли Беларусь эту возможность? [Электронный ресурс] / Т. Маненок // Сайт белорусских исследований. — Режим доступа: <https://thinktanks.by>. — Дата доступа: 16.03.2017.

Е.В. Федоринчик
БГУ (Минск)

Научный руководитель **С.А. Кристиневич** — канд. экон. наук

ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ОКРУЖЕНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СТРАН

Теория о влиянии институционального окружения на рост и развитие экономики в течение последнего столетия является одним из наиболее активно обсуждаемых вопросов институциональной экономики.

В рамках дискуссии ученые придерживаются различных точек зрения. Одни считают, что политика оказывает влияние на уровень развития экономики государства, другие утверждают, что это экономика влияет на политическую среду. Но некоторые ученые отстаивают позицию того, что политические институты, в частности политический режим страны, и развитие ее экономики вовсе не взаимосвязаны и проследить некую зависимость не представляется возможным.

Основная цель данной работы состоит в том, чтобы подтвердить либо опровергнуть данную теорию, а также определить характер этого влияния (при его наличии).

Для проведения исследования были отобраны 12 стран мира, которые на основе индекса демократии (Democracy Index) Economist Intelligence Unit были распределены на 4 политических режима [1, с. 3; 2, с. 3; 3, с. 3; 4, с. 3]:

- диктатуры (индекс от 1 до 3,99): Китай, Иордания, Туркменистан;
- гибридные режимы (от 4 до 5,99): Эквадор, Уганда, Пакистан;
- неполные демократии (от 6 до 7,99): Монголия, Италия, Аргентина;
- полные демократии (от 8 до 10): Норвегия, Дания, Германия.

На основе данных об уровне демократии, урбанизации, образования, безработицы и номинального ВВП на душу населения (выраженного в долларах США), который выступал в качестве переменной-отклика, характеризующей уровень развития экономики каждой из рассматриваемых стран, за 2011–2014 гг. был проведен регрессионный анализ.

По результатам исследования сделан вывод о том, что институциональное окружение, в частности политический режим, оказывает влияние на развитие экономики. Также было отмечено, что особое влияние оказывают уровни образования и демократии.

Вместе с тем данная взаимосвязь является неоднозначной: степень влияния рассмотренных факторов (уровней демократии, урбанизации, образования и безработицы) на экономику варьируется при рассмотрении разных политических режимов, постепенно усиливаясь при движении от диктатур к неполным демократиям и немного ослабевая при переходе от неполных демократий к условиям полной демократии.

Литература

1. The Economist Intelligence Unit/ report/ [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.sudestada.com.uy/Content/Articles/421a313a-d58f-462e-9b24-2504a37f6b56/Democracy-index-2014.pdf>. — Date of access: 15.03.2017.
2. The Economist Intelligence Unit/ report/ [Electronic resource]. — Mode of access: http://www.ihsnews.net/wp-content/uploads/2014/06/Democracy_Index_2013_WEB-2.pdf. — Date of access: 15.3.2017.
3. The Economist Intelligence Unit/ report/ [Electronic resource]. — Mode of access: <http://pages.eiu.com/rs/eiu2/images/Democracy-Index-2012.pdf>. — Date of access: 15.3.2017.
4. The Economist Intelligence Unit/ report/ [Electronic resource]. — Mode of access: http://akgul.bilkent.edu.tr/eiu/Democracy_Index_Final_Dec_2011.pdf. — Date of access: 15.3.2017.

П.С. Шаграй
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Н.Н. Бондарь** — канд. экон. наук

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Антимонопольное регулирование — политика, направленная на ослабление рыночной власти, ее ограничение или прекращение ее приобретения экономическими субъектами [1]. Целью его являются недопущение доминирования предпринимателей над потребителями, защита прав и интересов последних, обеспечение социальной эффективности (социальной справедливости). Для этого государство внедряет комплекс мер, за осуществление которых отвечают соответствующие комитеты и госорганы.

Рассмотрим меры антимонопольного регулирования на примере развитых стран.

В экономике США невысок удельный вес государства. Частные производители управляют большинством экономических процессов. Но одним из главных примеров грамотного ведения экономической политики является отлаженная система налогообложения. Налоги различных уровней приносят в государственную казну от 35 % до 50 % общего дохода. Кроме того, преследуются нарушения конкуренции, заключающиеся в установлении цен, ограничении производства и сбыта, технического развития или инвестиций.

В Европейском Союзе действуют общие положения защиты конкуренции, установленные в Договоре об учреждении ЕС, отражающие общие правила конкуренции. Меры по антимонопольному регулированию устанавливаются Советом Европы единогласно. В противном случае решение принимается квалифицированным большинством.

Вопросу антимонопольного регулирования уделяется большое внимание в Республике Беларусь. Главный импульс оно получило уже в суверенной стране. В апреле 1992 г. был создан первый белорусский антимонопольный орган — Комитет антимонопольного регулирования при Совмине, а 10 декабря 1992 г. принят первый Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции». В 1996 г. антимонопольные функции были переданы в структуру Министерства предпринимательства и инвестиций, а затем Департаменту антимонопольной и ценовой политики. Недавно стартовал новый этап в формировании института антимонопольного регулирования в Беларуси — с 8 сентября 2016 г. вступил в силу указ Президента Республики Беларусь от 3 июня 2016 г. № 188 «Об органах антимонопольного регулирования и торговли», в соответствии с которым заработало новое Министерство антимонопольного регулирования и торговли (МАРТ). О том, что в нашей стране эффективно проводится антимонопольная политика, говорит тот факт, что количество субъектов,

занимающих монополистическое положение на рынках, снижается. В Республике Беларусь регулярно вносятся изменения в государственный реестр субъектов хозяйствования, занимающих доминирующее положение на товарных рынках. Так, по состоянию на 15 января 2014 г. Департамент ценовой политики (орган, в то время регулирующий вопросы антимонопольного регулирования в Республике Беларусь) зафиксировал в этом списке 162 субъекта, в то время, как в 2000 г. их было более 300 [2].

Литература

1. Микроэкономика : учебник / А. В. Бондарь [и др.] ; под ред. А. В. Бондаря, В. А. Воробьева. — Минск : БГЭУ, 2005. — 429 с.
2. Государственный реестр субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.economy.gov.by/dadvfiles/001446_121789_eReestr.pdf. — Дата доступа: 15.03.2017.

Секция 2
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
НАЦИОНАЛЬНОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИК

J. Kamati
BSEU (Minsk)
Scientific adviser Y. Vashkevich

SACU: NAMIBIA LOSSES AND GAINS

**ЮЖНОАФРИКАНСКИЙ ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ:
ПОТЕРИ И УБЫТКИ НАМИБИИ**

В работе рассмотрен вопрос развития внутрирегиональных торгово-экономических связей Намибии в рамках Южноафриканского таможенного союза.

Southern African Customs Union (SACU) was established in 1910 and is made up of five member states, namely Namibia, Botswana, Lesotho, Swaziland and South Africa. In 2002 the member states negotiated and agreed upon new issues which are now part of 2002 agreement: new revenue sharing formula, which determines each country's share of the common revenue pool; joint decision making process; the establishment of common institutions; trade relations with third parties (common external tariff); the mandate to negotiate as a bloc.

Revenue sharing formula arrangement is implemented as follows: all member states collect duties and transferred the revenue to the common revenue pool on a quarterly basis, revenue payouts are then made each year to member states on a quarterly basis, based on the three components listed and explained below.

The Customs component is calculated from the (CIF) value of goods at the borders of member states in a specific year as a percentage of total intra-SACU imports in such year, excluding re-export. The excise component is calculated based on each Member's value of its GDP in a specific calendar year as a percentage of total SACU GDP in such a year. The development component was initially set at 15 % of the excise component, but members also agreed to adjust it if need be and agreed to by all member states. SACU members with the exception of Botswana are in a common monetary area in which they have pegged their currency to the Rand (South Africa currency) which is a legal tender in all members states.

According to SACU trade statistics (imports & exports by market share) Namibia imports and exports from SACU was 72 % and 46 % in 2014, 79 % and 59 % in 2015, 77 % and 56 % in 2016 respectively. It is

therefore clear that Namibia benefits from free movements of goods within SACU with less border controls. Free movement of goods in particular has created convenient access to a greater market for Namibia's goods, thus, SACU guarantees access to regional markets for Namibia's goods and opens up business opportunities for Namibia's enterprises due to reductions in costs of trade, especially for small companies/traders who otherwise could not afford for example to pay all cross border related costs (e.g. paper work etc.). As a small economy free trade negotiations with other regions can sometimes prove challenging, however, being a SACU member Namibia benefits from common negotiating ground when seeking market access to markets outside SACU.

At the same time, even with such benefits for the country, a customs union or any regional trade agreement can also be an impediment for international trade and economic growth and development. Small economies in customs unions with revenue sharing arrangement such as that of SACU can experience serious negative implications for their economies. It is possible for an economy like Namibia to heavily rely on the revenue from the union and neglect development of export industries and this will make the country vulnerable during economic crisis. For example the impact of low commodity prices, weaker external demand contributed to low SACU revenue in 2015 and 2016. Namibia had to revise its expenditure estimates, cut off some projects that were not affordable a situation which had serious social and economic implications. As free trade opens business opportunities for enterprises, small firms lose out on business opportunities due to their non-competitiveness, some might close down due fierce competition. Therefore it is necessary for members in regional trade blocs to ensure that there are no distortions of resources allocation and diversion of trade and investment.

Г.В. Беляев, Н.А. Грабовец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.А. Праневич — д-р экон. наук

МАЛЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ
В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Современную экономику нельзя представить без инноваций. Инновационной деятельностью как в нашей стране, так и во всем мире занимаются предприятия разных размеров и форм собственности. Логично предположить, что основной вклад в инновации делают большие предприятия, владеющие крупными финансовыми активами, однако статистика говорит об обратном: наибольший удельный вес здесь занимают именно малые предприятия.

Полномасштабное исследование, касающееся роли малых предприятий, было проведено в США Национальным научным фондом США

в 2013 г. Согласно итогам, фирмы с числом занятых до 100 чел. осуществляли в 4 раза больше нововведений на каждый вложенный в научно-исследовательские работы доллар, чем фирмы с численностью от 1000 до 10 000 чел., и в 24 раза больше, чем еще более крупные фирмы.

Основными преимуществами малых предприятий являются:

1. Скорость принятия решений. Большие компании имеют разветвленную структуру управления, которая тормозит процесс принятия практически любого решения, в то время как малое предприятие имеет возможность оперативно принять решение.

2. Быстрый доступ к ресурсам. Малые предприятия могут быстро внедрить все имеющиеся ресурсы в производство, а инновация потенциально может позволить фирме завоевать часть рынка. В свою очередь, большие предприятия будут испытывать трудности с перенастройкой громоздкой системы.

3. Командный дух. Общение и дружеская атмосфера в коллективе — залог успешного взаимодействия сотрудников. Небольшие компании объединяют людей, занимающихся одним делом, что в условиях отсутствия иерархии способствует развитию креативных идей.

4. Возможность стимулирования инновационной активности всех сотрудников компании. Из-за небольшого числа сотрудников у главы компании появляется возможность стимулировать их инновационную активность.

Тема инноваций очень актуальна в постсоветских странах. Сегодня становится очевидным, что в долгосрочной перспективе сырьевая экономика — это тупиковый путь. А для Беларуси, закупающей энергоресурсы, инновационная направленность вообще может стать основным фактором экономической стабильности и единственным шансом сохранить конкурентоспособность в постиндустриальном мире.

В глобальном индексе инноваций за 2016 г. Беларусь находится на 79-м месте из 140 стран [2].

Оценивая ресурсы и результаты инновационного развития страны в контексте данного индекса, по рейтингу ресурсов Беларусь занимает наиболее высокие позиции, чего, к сожалению, нельзя сказать в отношении рейтинга результатов [2].

Во всем мире усилия по развитию малого частного предпринимательства отражаются в комплексе мер, направленных на упрощение административных процедур, развитие технологий, поддержку внешнеэкономической деятельности. Не остаются без внимания налоговая политика, организация подготовки кадров, совершенствование законодательства и прочие меры по созданию благоприятной среды для малого и среднего предпринимательства.

Развитие малого бизнеса в Республике Беларусь является одним из приоритетных направлений деятельности государства. Целью государственной программы социально-экономического развития Республики Беларусь является увеличение доли малого и среднего предпринимательства в общем объеме ВВП, а также общего числа занятых в микроорганизациях, малых и средних субъектах хозяйствования.

В рамках данной программы осуществляются следующие мероприятия [3]:

1) совершенствование законодательства, регулирующего деятельность МСП;

2) финансовое обеспечение, включающее предоставление кредитов на льготных условиях и имущества на кредитной основе;

3) расширение и стимулирование кооперации между малыми и крупными предприятиями;

4) информационное обеспечение деятельности МСП, проведение конкурсов, семинаров, издание отчетов и информационных бюллетеней;

5) стимуляция международного сотрудничества и внешнеэкономической деятельности.

Литература

1. Наука и инновации [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/nauka-i-innovatsii>. — Дата доступа: 04.04.2017.

2. World Investment Report 2016 [Electronic resource] // United Nations Conference on Trade and Development. — Mode of access: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2016_en.pdf. — Date of access: 14.04.2017.

3. *Степуро, И. А.* Обеспечение экономической стабильности и устойчивого роста экономики — главнейшие направления развития законодательства Республики Беларусь о хозяйственной (экономической) деятельности [Электронный ресурс] / *И. А. Степуро* // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа http://pravo.by/gosudarstvo-i-pravo/tsikl-publikatsiy-pravo-sovremennoy-belarusi-istoki-uroki-dostizheniya-i-perspektivy/obespechenie-ekonomicheskoy-stabilnosti-i-ustoychivogo-rosta-ekonomiki-glavneyshie-napravleniya-razv/index.php?sphrase_id=172566. — Дата доступа: 10.04.2017.

Е.А. Буквальная, В.В. Шишко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Ю.Б. Вашкевич

РЕАЛИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ МЕЖДУНАРОДНЫМИ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В настоящее время существует целый ряд международных финансовых организаций (далее — МФО), которые создаются путем объединения финансовых ресурсов странами-участниками для решения определенных задач в области развития мировой экономики. Цель проведенного исследования — рассмотреть МФО как субъект инвестирования, проанализировать опыт группы Всемирного банка, а также рассмотреть процесс инвестирования МФО под «белорусской» призмой на примере Европейского банка реконструкции и развития (далее — ЕБРР).

Актуальность темы исследования подтверждается Постановлением Совета Министров и Национального банка Республики Беларусь «О стратегии развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года» № 229/6 от 28 марта 2017 г. Стратегия включает в себя «финансирование инвестиционных проектов за счет ресурсов, предоставленных МФО» [1].

В истекшем финансовом году группа Всемирного банка предоставила 49 млрд долл. на реализацию инвестиционных проектов. В качестве примеров реализованных проектов можно отметить следующие [2]:

- *Африка*: проект развития пастбищного животноводства (248 млн долл.); проект «Санкофа» в газовом секторе Ганы (700 млн долл.);

- *Восточная Азия*: проект установки фотоэлектрических батарей в Пекине, внедрение климатически оптимизированных методов возделывания риса во Вьетнаме;

- *Южная Азия*: 37 проектов (8,4 млрд долл.). Наиболее значимые: региональный проект развития водного транспорта в Бангладеш (360 млн долл.) и проект строительства дорог через Гиндукуш в Афганистане (250 млн долл.).

ЕБРР является крупнейшим инвестором среди 34 стран ЦВЕ и Центральной Азии. Общий объем финансовых ресурсов, предоставленных банком Республике Беларусь за последние 24 года, составляет более 1,8 млрд евро. При этом на долю реализуемых в 2016 г. проектов пришлось 516 млн евро (29 %) [3].

В настоящий момент ЕБРР проводит подготовку к приватизации таких предприятий, как «Блакiт», «Крыніца», ОАО «Мостовдrev», уже почти согласованы условия приватизации ОАО «Белинвестбанк» и ОАО «Банк Москва—Минск». Главное условие финансирования любого проекта ЕБРР — соблюдение его требований и рекомендаций, в частности экспертных оценок консультантов банка, которые касаются не только инноваций производственного процесса, но и инноваций в менеджменте, маркетинге, управлении персоналом и т.д. В основном, это работа организационного характера, однако возможно и участие ЕБРР в капитале за счет дополнительного выпуска акций предприятия.

Рассмотрев практику реализации инвестиционных проектов в мире и Республике Беларусь, мы выделили основные особенности и преимущества инвестирования МФО: разнообразие гибких и рыночных инструментов финансирования; возможность коммерческих банков использовать статус привилегированного кредитора в рамках синдицированных займов; предоставление гарантий инвесторам; структурирование кредита с учетом конкретных потребностей того или иного проекта; наличие собственной базы потенциальных инвесторов, партнеров и сокредиторов; привлечение «экологически чистых» инвестиций; консультирование в различных областях.

Литература

1. О стратегии развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года : постановление Совета Министров Респ. Беларусь и Нац. банка Респ. Беларусь, 28 марта 2017 г., № 229/6 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2017. — 5/43529.

2. Годовой отчет 2016 год [Электронный ресурс] // Всемирный банк. — Режим доступа: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/24985/210852RU.pdf>. — Дата доступа: 18.03.2017.

3. Годовой отчет за 2016 год [Электронный ресурс] // Европейский банк реконструкции и развития. — Режим доступа: www.ebrd.com/publications/annual-report-2016-russian.pdf. — Дата доступа: 22.03.2017.

В.М. Бутанова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Ю.Б. Вашкевич**

РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ В БЕЛАРУСИ: РЕАЛЬНОСТЬ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Началом формирования рынка ценных бумаг Республики Беларусь можно считать принятие в 1992 г. Закона Республики Беларусь «О ценных бумагах и фондовых биржах» и образование 22 мая 1992 г. Государственной инспекции Республики Беларусь по ценным бумагам. В развитие рынка ценных бумаг в период 2011–2016 гг. было сформировано законодательство, регулирующее деятельность на рынке ценных бумаг, создан Банк развития и базовые элементы его инфраструктуры. Вместе с тем отдельные сегменты рынка (вторичный рынок акций, рынок производных ценных бумаг и секьюритизированных активов) и его институты (инвестиционные и пенсионные фонды) не получили достаточного развития.

Количественно развитие рынка ценных бумаг по состоянию на 1 января 2017 г. характеризуется следующими показателями:

- объем выпуска акций достиг 29,2 млрд руб., что почти в 5 раз превышает уровень на 1 января 2011 г. Вместе с тем отношение объема акций к валовому внутреннему продукту за указанный период сократилось на 3,7 процентного пункта до 30,9 %;

- объем допущенных к обращению корпоративных облигаций и облигаций местных исполнительных и распорядительных органов составил 15,5 млрд руб., что в 8,1 раза выше уровня на 1 января 2011 г.

Ликвидность рынка акций остается низкой — в 2016 г. рыночные цены рассчитывались по акциям лишь 63 из более чем 2300 открытых акционерных обществ (в 2010 г. — 61 эмитента).

Индикатором кредитоспособности страны является годовая доходность евробондов. Рост ставок наблюдался в ноябре 2016 г., что становится тревожным сигналом ввиду того, что часть внешнего долга, кото-

ру Беларусь должна погасить в 2017 г., планируется рефинансировать за счет нового выпуска еврооблигаций. Для погашения государственного долга планируется привлечь 1,9 млрд долл. США в виде новых займов, в том числе 800 млн — от продажи очередного выпуска белорусских еврооблигаций.

В случае заключения долгосрочной программы с МВФ Беларусь сможет привлечь пятилетние ресурсы под 6,00–6,25 % годовых. Поступления от новых займов заложены в бюджет на будущий год, а также если не будет размещения евробондов в 2017 г., Беларусь после погашения 7-летнего выпуска еврооблигаций в январе 2018 г. покинет международный рынок капитала.

Развитие рынка ценных бумаг в среднесрочной перспективе целесообразно осуществлять по следующим концептуальным направлениям:

- постепенное замещение механизмов государственной поддержки рыночными инструментами;
- унификация подходов к регулированию и надзору на фондовом рынке с учетом мировой практики (стандартов Международной организации комиссий по ценным бумагам);
- развитие механизмов секьюритизации, расширение применения других финансовых инструментов;
- совершенствование цифровых технологий рынка ценных бумаг.

Литература

1. Отчет о работе Департамента по ценным бумагам Министерства финансов Республики Беларусь в 2016 году [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/upload/depceen/otchet/dcb2016.pdf>. — Дата доступа: 02.04.2017.
2. Отчет о деятельности за 2016 год РУП «РЦДЦБ» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Республиканского центрального депозитария ценных бумаг. — Режим доступа: https://centraldepo.by/download_files/reports/otchet_o_deyatelnosti_2016_ru.pdf. — Дата доступа: 03.04.2017.
3. Сколько Беларусь заплатит за новую «бондиану»? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://naviny.by/article/20161028/1477633737-skolko-belarus-zaplatit-za-novuyu-bondianu>. — Дата доступа: 03.04.2017.

Ван Байцзюнь

ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

Научный руководитель Ли Чон Ку — канд. экон. наук

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЧИН УСПЕХА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ

По своему экономическому потенциалу Китай уже встал на уровень ведущих стран мира. А по структуре производственных отношений

Китай становится образцом для многих развивающихся стран, стремящихся повторить китайское экономическое чудо и сближающихся с ядром Азиатского цикла накопления. Китай составляет основу этого нового центра мировой экономики, поэтому сложившиеся там производственные и общественно-политические отношения следует рассматривать не как переходные к западным стандартам, а как характерные для самой передовой в этом столетии социально-экономической системы. Китай становится мировым инженерно-технологическим центром. Доля китайских инженерно-технических и научных работников в их мировой численности достигла 20 %, удвоившись по сравнению с 2000 г. (1420 и 690 тыс. соответственно).

Целью статьи является анализ причин успешного осуществления китайских экономических реформ с возможностью последующей диссеминации накопленного опыта при переходе к новой инновационной экономике стран Евразийского экономического союза.

Принципиально важным направлением государственного регулирования стала выработка в КНР достаточно детальной технологии перехода к инновационной экономике. Важнейшими особенностями такой политики являлись: приоритет задач стабилизации экономики; жесткая централизация финансовых и материальных ресурсов на период преодоления кризиса; перестройка структуры экономики и инвестиционный маневр в пользу сельского хозяйства и легкой промышленности, снижение производства в тяжелой промышленности и максимальное сокращение масштабов нового капитального строительства; концентрация усилий по выходу из кризиса на восстановлении и подъеме сельского хозяйства; подчинение внешнеэкономических связей целям инновационной экономики.

Ключевое место в китайской теории и практике инновационного развития занимает комплексная система макроэкономического регулирования, включающая три основных положения: отказ от методов административного управления и переход к регулированию экономики с помощью экономических рычагов; создание единой системы макроконтроля; формирование соотношения между контролем над макроуровнем и рыночными механизмами.

Анализ причин успеха в развитии инновационной экономики Китая позволил выделить следующие основные драйверы:

- разработка высоких требований к системной трансформации экономики;
- существенная трансформация производительных сил в стране;
- изменения в институциональной структуре регулирования экономики.

Особый интерес для стран ЕАЭС представляет опыт реализации концепции догоняющего развития, перехода страны на инновационный путь развития, который отражен в стратегии «Трех шагов». На основе «первого шага» (2000 г.) отдельные виды китайской продукции (каждый третий вид экспортируемой продукции) по уровню конкурентоспособности вышли на общемировой уровень. «Второй шаг» (2001–

2010 гг.) приблизил индустрию высоких технологий к мировому уровню. «Третий шаг» (2011–2050 гг.) позволит встать в один ряд с мировыми научно-техническими державами. При этом доля вклада предприятий в НИОКР должна вырасти с 30 % до 60 % (по отдельным отраслям до 80 %) к 2050 г.

А.А. Грицкевич, А.А. Воронина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.Н. Шкутько — канд. экон. наук

СВЯЗАННЫЕ КРЕДИТЫ КИТАЯ: ОСОБЕННОСТИ, ПРЕИМУЩЕСТВА, ПОСЛЕДСТВИЯ

Актуальность исследования преимуществ и последствий связанных кредитов Китая обусловлена имеющимися негативными тенденциями в развитии национальной экономики Республики Беларусь и необходимостью активизации международного экономического сотрудничества. Одной из форм такого сотрудничества являются связанные кредиты, предоставляемые китайской стороной, которые в условиях дефицита собственных средств позволяют профинансировать ряд значимых для национальной экономики проектов.

Совокупный объем предоставленных связанных кредитов Беларуси составил 3,5 млрд долл. США. Средства были использованы для реализации таких масштабных проектов, как строительство инфраструктуры Китайско-белорусского индустриального парка, организация производства и строительство завода по сборке автомобилей «Geely», проекты в сфере транспорта, энергетики, промышленности, закупка подвижных составов Белорусской железной дорогой, реализация концепции «Экономический пояс Шелкового пути», строительство нового горно-обогатительного комплекса на сырьевой базе Нежинского участка Старобинского месторождения калийных солей.

Следует отметить, что сотрудничество с Китаем по предоставлению связанных кредитов обладает рядом преимуществ для экономики Республики Беларусь. Так, привлеченные средства позволяют создавать новые рабочие места, финансируют модернизацию белорусских предприятий, стимулируют экспорт, развивают инфраструктуру и создают положительный имиджевый эффект. Кроме того, связанные кредиты Китая предоставляются по низким процентным ставкам (4–5 %) и на длительный срок (10–15 лет) [1].

Вместе с тем Республика Беларусь должна взвешенно подходить к использованию данных ресурсов, так как привлечение связанных кредитов влечет за собой отсутствие диверсификации поставщиков ресурсов и составляющих, увеличивает внешний государственный долг, который по состоянию на 1 января 2017 г. составил 13,645 млрд долл. США, или 28,5 % ВВП, что является негативным последствием для

экономики в целом. Тем не менее, эффективное использование связанных кредитов Китая приведет к дальнейшему развитию проектного финансирования в Республике Беларусь, активизации инвестиционных и торговых отношений между странами, обмену технологиями и опытом, развитию научно-технического сотрудничества.

Таким образом, использование связанных кредитов Китая является хорошим источником финансирования крупных высокотехнологичных проектов Республики Беларусь, а также проектов по развитию альтернативных источников энергии и транспортного маршрута для перемещения грузов и пассажиров по суше из Китая в страны Европы. Однако правительству необходимо тщательно выбирать объекты финансирования, при этом вводить повышенные требования к качеству поставляемого оборудования, технологий, материалов и т.д, а также реализовывать совместные проекты с китайской стороной с целью повышения заинтересованности Китая и активизации инвестиционных и торговых отношений между странами.

Литература

1. Финансирование белорусско-китайских проектов [Электронный ресурс] // Банк развития Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://brrb.by/activities/credit-transactions/finansirovanie-belorusko-kitajskix-proektov/>. — Дата доступа: 10.05.2017.

Е.А. Дереченик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Ю.Б. Вашкевич

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ БЕЛОРУССКО-ЕВРОПЕЙСКОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

Задача диверсификации экспорта и компенсации потерь на «просевших» традиционных рынках сбыта за счет менее освоенных и более платежеспособных остается главной для белорусской внешней торговли. Наибольшие ожидания в этой сфере связаны с интенсификацией внешнеторгового партнерства с ЕС. Цель исследования состоит в оценке состояния и выявлении особенностей внешнеторговых отношений Республики Беларусь со странами ЕС для определения дальнейших направлений их развития.

ЕС занимает второе место в товарообороте Республики Беларусь, на его долю приходится около 30 % белорусского экспорта и пятая часть импорта. По итогам 2016 г. экспорт белорусских товаров в страны ЕС составил 5,3 млрд долл. США, снизившись по сравнению с 2015 г. на 32,8 %; импорт товаров из ЕС — 4,9 млрд долл. США, снизившись на 6,5 %. Ключевым фактором падения объемов экспорта товаров ос-

тается трехкратное сокращение поставок нефтепродуктов в Великобританию. Негативная тенденция отмечается и в экспорте сырой нефти, которая в 2016 г. реализовывалась только в Германию (объемы поставок сократились на 22,6 %). Резкое падение экспорта в ЕС связано главным образом с сокращением поставок в Беларусь нефти из России, а также неблагоприятной конъюнктурой цен на калийные удобрения [1, 2].

В настоящее время в торгово-экономических отношениях с ЕС перед Республикой Беларусь стоит серьезная задача уйти от сырьевого экспорта, поставок полуфабрикатов к экспорту товаров с более высокой добавленной стоимостью. Вместе с тем Совет министров ЕС по общим делам 7 февраля 2017 г. единогласно утвердил решение об отмене квот на импорт белорусской текстильной продукции, что даст толчок развитию торгово-экономических отношений и инвестициям в белорусские предприятия [3].

Немаловажным направлением в развитии белорусско-европейского партнерства является и режим торгового диалога, в рамках которого стороны могут решить проблемные вопросы, которые касаются доступа на европейский рынок. Кроме того, Республика Беларусь ставит перед собой задачу полностью нормализовать отношения с ЕС и заключить с ним базовое соглашение о партнерстве и сотрудничестве, которое будет учитывать участие республики в различных интеграционных проектах. В свою очередь перспектива вступления Республики Беларусь в ВТО, а также отмена Евросоюзом большинства ограничительных и санкционных мер в отношении Республики Беларусь позволяют рассчитывать на придание процессу нормализации отношений необратимого характера, вывод партнерского взаимодействия на новый уровень, соответствующий объективному потенциалу и потребностям сторон.

Литература

1. Внешняя торговля Беларуси [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export>. — Дата доступа: 15.03.2017.
2. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И.В. Медведева [и др.]. — Минск, 2015. — 321 с.
3. Report on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council amending Regulation (EU) 2015/936 on common rules for imports of textile products from certain third countries not covered by bilateral agreements, protocols or other arrangements, or by other specific Union import rules [Electronic resource] // European Parliament. — Mode of access: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2016-0311+0+DOC+PDF+V0//EN>. — Date of access: 15.03.2017.

УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Центральная идея концепции человеческого развития определяет развитие как процесс расширения возможностей людей делать свой собственный выбор, другими словами, цель развития заключатся не в увеличении производства, а в предоставлении людям возможности расширить свой выбор.

Понятие выбора включает совершенно различные аспекты, которые могут быть актуальными для человека, и поэтому со временем могут меняться. На любом этапе развития человека должны учитываться следующие три группы показателей:

- 1) прожить долгую и здоровую жизнь;
- 2) приобретать знания на протяжении всей жизни;
- 3) иметь доступ к ресурсам, необходимым для поддержания здорового образа жизни.

Разработана и научно обоснована обобщенная система показателей, характеризующая количественные и качественные характеристики социально-экономической дифференциации социального развития, включающая: коэффициент дифференциации индекса развития человеческого потенциала; коэффициент дифференциации индекса здоровья (долголетия); коэффициент дифференциации индекса образования; коэффициент дифференциации индекса дохода; коэффициент дифференциации индекса смертности.

Концепция человеческого развития основывается на четырех главных принципах:

- 1) продуктивность. Люди должны иметь возможность повышать продуктивность собственной деятельности и т.д.;
- 2) равенство. Все люди должны изначально иметь равные возможности. Любые барьеры, препятствующие обретению возможности участия в экономической и политической жизни, должны быть ликвидированы;
- 3) устойчивость. Доступ к возможностям должен быть обеспечен не только нынешним, но и будущему поколению;
- 4) расширение возможностей. Развитие должно осуществляться усилиями людей, а не только в интересах людей. Они должны всемерно участвовать в процессе принятия решений и других процессах, определяющих их жизни.

Основная проблема при изучении человеческого развития заключается в построении наиболее полной системы показателей его оценки, поскольку понятие человеческого развития является чрезвычайно разносторонним.

Литература

1. Общая теория статистики : учебник / И. И. Елисеева [и др.] ; под ред. И. И. Елисеевой. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Финансы и статистика, 2008. — 656 с.
2. Ефимова, М. Р. Социальная статистика : учеб. пособие / М. Р. Ефимова, С. Г. Бычкова ; под ред. М. Р. Ефимовой. — М. : Финансы и статистика, 2004. — 560 с
3. Подберезкин, А. И. Роль человеческого капитала в современном обществе / А. И. Подберезкин // Диалог культур. — 2008. — С. 52–55.

Е.В. Козлова, В.А. Конецкий
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Ю.Б. Вашкевич**

ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ: APPLE РАЗДОРА

Трансфертное ценообразование — основной способ вывести прибыль в офшоры. Наиболее популярные, но неоднозначные способы трансферта активов — лицензирование и соглашение о разделе затрат.

Корпорации с помощью трансфертных цен и офшоров умело используют различия между налоговыми законодательствами разных стран. У многих есть подконтрольные им зарубежные компании, чья прибыль во много раз превышает ВВП офшоров, в которых они зарегистрированы: например, на Бермудских островах эти прибыли составляют 645 % ВВП, на Каймановых — 546 %.

Потери многих стран от вывода прибыли в офшоры огромны. Так, в США было выявлено, что сумма пассивной прибыли офшорных структур компании Apple составила 35,4 млрд долл., Google — 24,2 млрд, Microsoft — 21 млрд. Согласно официально озвученным данным, в 2011–2012 гг. компании Apple удалось избежать уплаты налогов в США на сумму 12,5 млрд долл. Американские транснациональные корпорации владеют нераспределенной зарубежной прибылью в размере более 1,7 трлн долл. Не менее 60 % своих денежных средств эти компании держат в других странах.

Принято считать, что трансфертное ценообразование через офшоры — это способ ухода от налогов, однако природа трансфертного ценообразования гораздо сложнее. Само по себе это не преступление, хотя трансфертные цены могут использоваться и для преступлений. В большинстве своем трансфертное ценообразование является резонным и обоснованным, если оно не выходит за рамки, установленные международным налоговым законодательством. И если все операции с его использованием были проведены в соответствии с нормами, то цель применения компанией этой стратегии ценообразования не имеет значения.

Одним из способов минимизации налогового бремени при помощи трансфертных цен является схема, получившая название «двойная ир-

ландская с голландским сэндвичем». Этот механизм трансфертного ценообразования можно описать на примере компании Apple: Ipad и Iphone производятся в Китае и отправляются покупателям по всему миру, включая страны Европы и Северной Америки. Прибыль, полученная компанией Apple от продаж в США, подлежит налогообложению по ставке в размере 35 %. Чтобы избежать этого, компания переводит деньги ирландскому филиалу в виде роялти. В результате прибыль Apple в США существенно снижается. Дочерняя ирландская компания, используя особенности законодательства своей страны, переводит прибыль в офшор, где она не облагается налогом.

Если же Iphone и Ipad продаются вне США, деньги от продаж поступают на вторую ирландскую «дочку» Apple. Благодаря тому, что между Ирландией и Нидерландами заключено соглашение об избежании двойного налогообложения, вторая ирландская дочерняя компания Apple переводит прибыль в Нидерланды. Оттуда прибыль поступает в первую «дочку» Apple, затем перенаправляется в офшоры, при том не облагаясь налогом. Таким образом, Apple минимизирует налоговые выплаты.

Прибыль Apple, полученная в Ирландии, полностью оправдана по стандартам действующей международной налоговой системы, так как вся экономическая деятельность Apple имеет место в Ирландии. Это ирландская компания закупает запчасти, подписывает все контракты и затем продает продукцию дистрибьюторам по всему миру. Таким образом, экономическая деятельность, добавленная стоимость осуществляется в Ирландии, и именно там налог должен быть уплачен. Более того, благодаря этой схеме Ирландия уже давно забыла о проблеме отрицательного сальдо платежного баланса.

В заключение следует сказать, что трансфертное ценообразование — это объективная реальность современной мировой экономики, которая способствует дальнейшей интенсификации процессов транснационализации, глобализации и развитию международных экономических отношений в целом.

А.Д. Крупейченко, Л.И. Лисицкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Т.Л. Майборода** — канд. экон. наук

КРИПТОВАЛЮТА И БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИИ

Криптовалюта — это цифровая валюта, функционирующая в анонимной децентрализованной распределенной компьютерной сети, эмиссия и транзакции которой происходят с применением криптографических методов [1]. Биткойн — это первая и самая известная из множества криптовалют и денежная единица, которая обращается внутри системы, а также цифровой товар с ограниченным предложением. График эмиссии определен программно и заранее известен. Экономика бит-

койна построена на дефляционной модели. Биткойн находится сейчас в самом начале своего пути, в стадии становления. Самая большая претензия противников биткойна — это обеспокоенность по поводу волатильности его цены, однако эксперты полагают, что в будущем эта проблема решится, так как рынок будет меньше подвержен стрессам от ввода и вывода средств [2].

При сравнении характеристик фиатных денег, золота и биткойна, трудно игнорировать преимущества последнего. Исходя из вышесказанного, можно сказать, что биткойн имеет следующие преимущества по сравнению с обычными традиционными валютами: быстро и дешево; нет возврата платежей; нет инфляции; принадлежит только вам; персональные данные не могут украсть; можно зарабатывать деньги. Недостатки: отсутствуют регулирующие механизмы; нет гарантий сохранности электронных криптокошельков; высокая волатильность; со стороны национальных регуляторов возможны негативные действия в ее отношении.

При исследовании возможности использования технологии «блокчейн» в Беларуси было выявлено, что Беларусь пока не издавала никаких официальных документов насчет криптовалюты.

Целесообразно разработать набор правил, по которым технология сможет работать на территории Республики Беларусь. Плюсы очевидны: увеличение налоговых поступлений, создание новых рабочих мест, новые удобные сервисы, приток инвестиций, новые перспективы и возможности.

Биткойн — это протокол взаимодействия. Никто не мешает написать собственное программное обеспечение, в котором заложены все необходимые механизмы для соблюдения законодательства. Да, эта задача сложнее, чем просто запретить технологию, но эти затраты окупятся в дальнейшем.

Отдельные виды деятельности с виртуальными валютами можно сделать лицензируемыми для осуществления контроля над особо важными областями, предложить идентификацию, создать базу легально работающих организаций и их кошельков, как это делается сейчас с банковскими счетами.

Отдельно стоит отметить, что есть возможность не только регулирования, но и создания государственных сервисов. Понятно, что такие нововведения очень трудно внести, не обладая широким кругом компетенций. Поэтому вместо запрета имело бы смысл создание рабочей группы из специалистов в законодательной и экономической сфере, криптографов, юристов, связистов, экспертов в области криптовалют [3].

Литература

1. Что такое криптовалюта? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://julin254.wixsite.com/bezumniy/istoriya-kripty>. — Дата доступа: 03.12.2016.

2. Что такое Bitcoin и криптовалюты? [Электронный ресурс] // Русскоязычный информационный сайт о криптовалюте Bitcoin. — Режим доступа: <https://bits.media/chto-takoe-bitcoin/>. — Дата доступа: 03.12.2016.

3. Тихонов, И. Будущее криптовалюты в России [Электронный ресурс] // И. Тихонов // Русскоязычный информационный сайт о криптовалюте Bitcoin. — Режим доступа: <https://bits.media/budushchee-kriptovalyuty-v-russii/>. — Дата доступа: 31.03.2017.

С.И. Леонов

Военная академия (Минск)

Научный руководитель А.Н. Леонович — канд. экон. наук

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКСПОРТА ВООРУЖЕНИЙ И ВОЕННОЙ ТЕХНИКИ

Экспорт вооружений и военной техники (ВВТ) представляет собой вывоз с таможенной территории государства за границу продукции военного назначения без обязательств об обратном ввозе, а также предоставление иностранным государствам работ и услуг военного назначения и (или) прав на результаты интеллектуальной деятельности в области военно-технического сотрудничества (ВТС) [1].

Значимость экспорта ВВТ для страны определяется тем, что позволяет увеличить объемы производства и уменьшить себестоимость продукции. Экспорт ВВТ служит источником поступлений валюты, способствует формированию партнерских отношений и укреплению обороноспособности.

Особенностью мирового рынка ВВТ является то, что значительная доля заключаемых на нем сделок традиционно засекречена. Несмотря на это, проводимый ведущими аналитическими организациями мониторинг позволяет отметить, что мировое военное производство сконцентрировано в наиболее развитых государствах. По оценке Центра анализа мировой торговли оружием (ЦАМТО) и шведского СИПРИ, лидерами рынка по экспорту ВВТ являются: США, Россия, Франция, Германия, Китай, Великобритания, Италия, Испания. При этом на первую десятку стран-экспортеров приходится около 90 % мирового экспорта ВВТ (89,2 % по оценке ЦАМТО и 89,09 % — по оценке СИПРИ). Крупнейшими получателями ВВТ в последнее десятилетие являются страны Азиатско-Тихоокеанского региона и Ближнего Востока, в частности Индия, Саудовская Аравия, ОАЭ [2].

Республика Беларусь на мировом рынке ВВТ за период 2011–2015 гг. занимает 22-е место по оценке ЦАМТО и 18-е по оценке СИПРИ. Основная доля экспорта приходится на поставку запчастей, проведение модернизации, обслуживания и ремонта ВВТ. Растет спрос на новые разработки белорусского ВПК. Основным партнером Республики Беларусь в 2008–2015 гг. в сфере ВТС является Российская Федерация.

В числе других партнеров можно назвать Азербайджан, Казахстан, Судан, Вьетнам, Йемен, Египет, Сирию, ОАЭ [3].

Анализируя ситуацию на мировом рынке ВВТ, можно выделить следующие основные тенденции экспорта вооружений и военной техники:

- концентрация мирового экспорта в группе наиболее развитых стран;
- изменение географии основных импортеров ВВТ в сторону государств Азии и Ближнего Востока;
- рост требований передачи технологий, организации лицензионного производства, распространение практики офсета при заключении экспортных контрактов на поставку ВВТ;
- обострение конкуренции в условиях укрупнения компаний — производителей ВВТ;
- расширение сотрудничества между военным и гражданским секторами промышленности при разработке технологий двойного назначения;
- сохранение спроса на модернизацию ВВТ, что обусловлено высокой стоимостью новых ВВТ.

Литература

1. *Леонович, А. Н.* Экспорт вооружений и военной техники: сущность, основные тенденции / А. Н. Леонович // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы IV междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 мая 2011 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2011. — Т. 1 — С. 131–132.

2. Материалы сайта «Военное обозрение». — Режим доступа: <https://topwar.ru/91408-sipri-opublikoval-doklad-o-mezhdunarodnom-rynke-vooruzheniy-v-2011-2015-godah.html>.

3. Материалы сайта Стокгольмского международного института исследований проблем мира. — Режим доступа: <https://www.sipri.org/research/armament-and-disarmament/arms-transfers-and-military-spending/international-arms-transfers>.

Д.А. Моклый
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **И.В. Горбатенко** — канд. экон. наук

МОДЕЛИРОВАНИЕ ВАЛЮТНОГО КУРСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В малой открытой трансформационной экономике обычно наблюдается большой объем конверсионных валютных операций. Для современной валютной системы характерны резкие колебания валютных курсов,

возникающие из-за влияния внутренних и внешних шоков, действий центральных банков и других участников валютного рынка (импортеров, экспортеров, населения, инвесторов, спекулянтов). Непредсказуемые колебания валютных курсов осложняют принятие рациональных решений экономическими субъектами.

Один из способов улучшения предсказуемости изменений валютного курса состоит в выявлении механизмов его формирования и их описании с помощью математической модели.

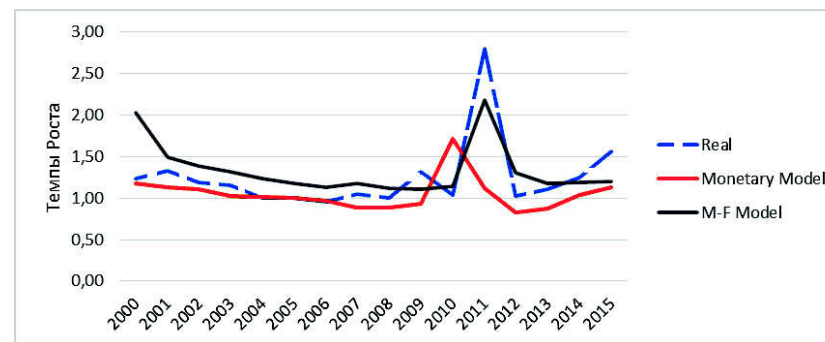
На данный момент наиболее известными моделями формирования валютных курсов являются: модель Манделла—Флеминга, монетарная модель с гибкими ценами, модель Дорнбуша, портфельный подход к установлению валютного курса и модель номинального курса с учетом микроструктуры валютного рынка [1, с. 328–337].

Модели валютных курсов различаются рядом предпосылок о гибкости и жесткости цен и выпуска, совершенной или несовершенной мобильности капитала, а также роли счета текущих операций и счета движения капитала в установлении валютного курса.

Цель данного исследования заключается в выявлении модели, которая наилучшим образом будет описывать поведение валютного курса в Республике Беларусь.

Традиционно основное внимание в нашей стране уделялось изменению курса белорусского рубля по отношению к доллару США. Расчеты проводились на основе данных Национального банка Республики Беларусь и Национального статистического комитета Республики Беларусь за период с 2000 по 2015 г.

В результате эмпирического анализа было выявлено, что формирование валютного курса в Республике Беларусь наилучшим образом описывается с помощью модели Манделла—Флеминга и монетарной модели с гибкими ценами. Результаты расчетов представлены на рисунке.



Фактическая и прогнозируемая динамика валютного курса в Республике Беларусь

Интересным моментом является то, что модель Манделла—Флеминга учитывает резкий скачок курса в 2011 г., а монетарная модель предсказывает это изменение, но в меньших масштабах.

С учетом структурных изменений на валютном рынке Республики Беларусь (повышение гибкости валютного курса, переход к режиму торгов «Непрерывный двойной аукцион» на Белорусской валютно-фондовой бирже) существует предположение, что в настоящее время должны улучшиться предсказательные способности модели номинального валютного курса с учетом микроструктуры валютного рынка. Однако проверить эту гипотезу в настоящее время невозможно из-за коротких временных рядов эмпирических данных.

Литература

1. *Прасолов, А. В.* Математические методы экономической динамики : учеб. пособие / А. В. Прасолов. — 2-е изд. — СПб. : Лань, 2015. — С. 328–337.
2. *Комков, В.* Проблемы экономического роста в Республике Беларусь / В. Комков // *Банк. вестн.* — 2013. — № 16 (597). — С. 21–26.

М.В. Ристолайнен
ПсковГУ (Псков)

Научный руководитель Т.Ю. Чиркова

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В РОССИИ: ОЖИДАНИЕ И РЕАЛЬНОСТЬ

Многие экономисты практически весь постсоветский период заявляют о необходимости импортозамещения, но до последнего системного кризиса в стране импорт сельскохозяйственной продукции ежегодно увеличивался. На фоне экономических и политических событий ситуация на продовольственном рынке крайне обострилась, что побудило правительство страны переосмыслить значимость сельского хозяйства.

До введения санкций в 2014 г. ситуация на продовольственном рынке была следующей: в 2013 г. доля импорта продукции из стран СНГ и дальнего зарубежья составляла 13 % и 87 % соответственно. Следует отметить, что увеличилось производство большинства продовольственных продуктов. Несмотря на это в 2013 г. по сравнению с 2011 г. отмечалось резкое увеличение импорта свежей и мороженой рыбы на 9,1 %, молока и сгущенных сливок — на 85,6 %, сливочного масла — на 41 %, кофе — на 22 %.

С момента принятия курса на импортозамещение прошло два года. За это время объем импорта в Россию вследствие политических и экономических событий сократился практически вдвое. В 2016 г. объем импорта из стран дальнего зарубежья сократился на 41,1 %, из стран СНГ — на 53,2 %. Вместе с тем значительно вырос объем импортируемой продукции из стран Латинской Америки и Юго-Восточной Азии.

Производство по многим пищевым продуктам увеличилось не менее чем в 1,5 раза.

Политические и экономические события за последние два года, казалось бы, должны положительно повлиять на импортозамещение. Согласно Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации на период до 2020 г., страна должна обеспечивать себя полностью основными продуктами питания. На данный момент достичь самообеспечения продовольствием удалось только по зерну (99,3 %), мясу птицы (88,6 %), картофелю (98 %), а по плодоовощной продукции, говядине, морепродуктам, и, в особенности, по молокопродуктам Россия остается импортером, и позитивной тенденции в повышении собственного производства не наблюдается. Также Правительством Российской Федерации активно разрабатываются и реализуются меры по содействию процессу импортозамещения. Так, например, в 2014 г. был создан Фонд развития промышленности, целью которого является финансирование проектов, содействующих импортозамещению.

В рамках Государственной программы развития сельского хозяйства и в 2015 г. Минсельхозом было отобрано 5800 инвестиционных проектов на общую сумму кредитных средств 277,1 млрд руб., где 91,3 млрд руб. было направлено на развитие растениеводства. Несмотря на активную поддержку со стороны Правительства Российской Федерации, импортозамещение осложнено рядом других обстоятельств. Например, темпы роста отечественного производства недостаточно велики для обеспечения потребительского рынка продукцией, попавшей под продовольственное эмбарго.

Итак, объективно в России имеются все условия для проведения успешной политики импортозамещения на агропродовольственном рынке. Ведь исторически Российская Федерация демонстрировала, что в состоянии прокормить себя, а также продавать большие объемы продовольствия за рубеж. При эффективном управлении имеющимися ресурсами Россия способна в ближайшее время решить проблему самообеспечения продовольствием и стать крупным экспортером, хоть и есть сейчас некоторые ограничения в плане экспорта.

Литература

1. Национальный доклад «О ходе и результатах реализации в 2015 году государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы» [Электронный ресурс] // Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. — Режим доступа: <http://mcx.ru/activity/state-support/programs>. — Дата доступа: 22.03.2017.
2. Ход реализации проектов [Электронный ресурс] // Фонд развития промышленности. — Режим доступа: <http://frprf.ru/proekty-i-zayavki/#s44>. — Дата доступа: 22.03.2017.

Е.В. Свистунова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.А. Воробьев** — д-р экон. наук

ИНФЛЯЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

С целью решения проблемы высокой инфляции центральный банк должен проводить стимулирующую политику, повышая тем самым ставку рефинансирования, и, наоборот, для борьбы с проблемой безработицы промежуточной целью выступает повышение ставки процента. Всем известно, что 15 марта 2017 г. Национальный банк Республики Беларусь снизил ставку рефинансирования с 16 до 15 %. В текущем году это будет уже третье снижение ставки. Согласно основным направлениям денежно-кредитной политики, к концу 2017 г. ставка рефинансирования может быть снижена до 14–16 % годовых.

В то же время рост ИПЦ в феврале 2017 г. в годовом исчислении в Республике Беларусь составил 8,6 % (рис. 1).

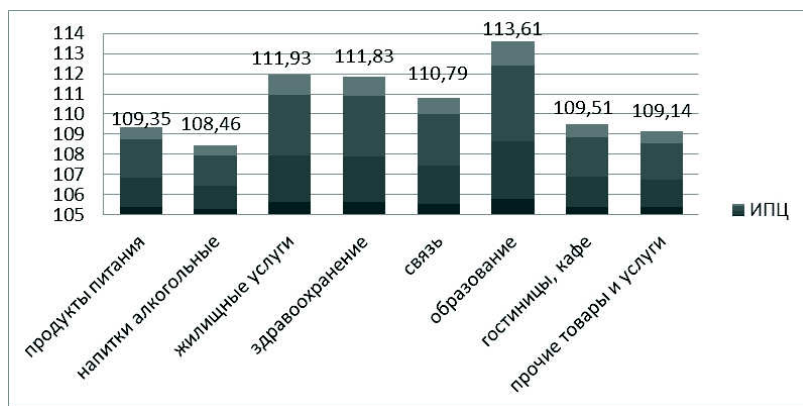


Рис.1. ИПЦ в феврале—январе 2017 г., % к февралю—январю 2016 г.

После анализа двух показателей может возникнуть вопрос: почему Национальный банк снижает ставку рефинансирования, если уровень инфляции далек от оптимального? Именно ответу на этот вопрос посвящена данная работа.

В 2016 г. по сравнению с 2015 г. прирост ИПЦ в Республике Беларусь составил 11,8 %, что превышает оптимальные значения этого показателя [1]. Для того чтобы увидеть общую картину и разобраться с причинами этой ситуации, следует совершить экскурс в историю инфляции Республики Беларусь.

1992 г. — распад СССР и проведенная либерализация цен повлияли на то, что подавленная инфляция превратилась в открытую. Ситуация

по некоторым месяцам была близка к гиперинфляции. Новая волна инфляции произошла в период с 1997 по 1999 г. Причиной была девальвация белорусского рубля. В среднем годовой прирост инфляции за период с 2002 до 2014 г. составил 20 % [1]. Заметен стремительный скачок индекса потребительский цен: в 2011 г. он составил 153,2 % уровня предыдущего года. Наиболее очевидной причиной была политика, проводимая в отношении обменного курса (рис. 2).

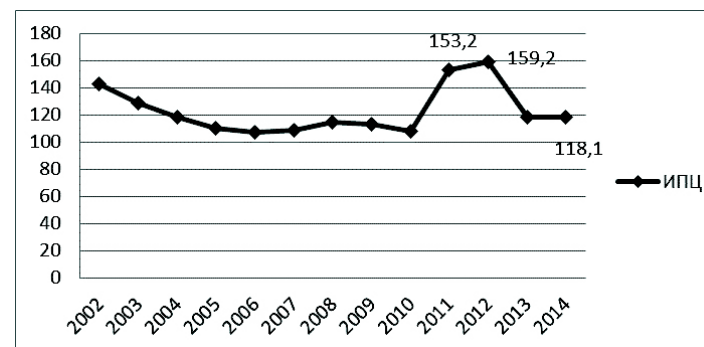


Рис. 2. ИПЦ, % к предыдущему году

Негативные тенденции во внешнеэкономической конъюнктуре и структурные проблемами в национальной экономике послужили причиной изменения принципов денежно-кредитной политики в 2015 г., а именно перехода к режиму монетарного таргетирования. В качестве промежуточной цели в Республике Беларусь был выбран агрегат М3. В свою очередь месячные и квартальные приросты рублевой денежной базы — это операционная цель, а инфляция, оцениваемая при помощи ИПЦ, — конечная цель. Оценить эффективность данного режима можно при подведении итогов за 2015 г.: достижение цели по инфляции — не более 12 % (годом ранее — 16,2 %) [2].

К декабрю 2017 г. планируется достижение уровня инфляции в 9 % по сравнению с декабрем прошлого года [2], и положительные моменты уже заметны. По приведенным нами данным нельзя отрицать факт замедления инфляции, ее уровень продолжает снижаться. В Национальном банке также обращают внимание на повышение экономической устойчивости, позитивные тенденции на депозитном рынке, замедление процессов долларизации.

Таким образом, понижение ставки рефинансирования может благоприятно отразиться на деловой среде в республике, поспособствовав экономическому росту и оживлению экономической активности в стране, и вызвать увеличение уровня инфляции. Анализируя работу, стоит сказать, что политические и экономические интересы иногда идут вразрез.

Литература

1. Официальная статистика Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sre-da/tseny/godovye-dannye_3/. — Дата доступа: 10.04.2017.

2. Итоги выполнения Основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь за 2016 г. и задачи банковской системы по их реализации в 2017 г. [Электронный ресурс] // Банкаўскі веснік. — 2017. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10348.pdf/>. — Дата доступа: 10.04.2017.

Е.А. Фантаз, В.Д. Ляшкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Ю.Б. Вашкевич

ДОСТУП НА РЫНКИ БОГАТЫХ СТРАН: ДВОЙНЫЕ СТАНДАРТЫ И НЕЧЕСТНЫЕ ПРАВИЛА

В самой основе международной торговли заключен парадокс: экономический рост и процветание происходят на фоне массовой бедности и дальнейшего углубления неравенства между богатыми и бедными [4].

Причин отсталости развивающихся стран можно назвать много: их колониальное прошлое, отсутствие ресурсов, недоступность инфраструктуры и т.д. Одной из главных причин является политика развитых стран в их отношении, а именно политика двойных стандартов и нечестной торговли.

Издержки нечестной торговли для человечества поистине огромны. Если бы бедные страны имели возможность увеличить свою долю в мировом экспорте хотя бы на 1 %, полученные доходы позволили бы избавиться от бедности около 130 млн чел. [4].

Проблема заключается в том, что правила, регулирующие торговлю, работают в пользу богатых. Политику двойных стандартов и нечестной торговли в отношении бедных стран можно рассматривать по нескольким направлениям [1]:

1. **Доступ на рынки богатых стран.** Богатые страны попросту не подпускают бедные страны к своим рынкам. Главным препятствием увеличения экспорта развивающихся стран выступают различные торговые барьеры.

Двойные стандарты правительств развитых стран нигде не проявляются так очевидно, как в сельском хозяйстве [4]. Когда крайне бедные мелкие фермеры выходят на мировой рынок, они сталкиваются с импортными барьерами, в четыре раза превышающими аналогичные барьеры для богатых стран. Развитые страны вместо того, чтобы уменьшить торговые барьеры для наименее развитых, увеличивают объем

субсидий фермерам в своих странах, общий объем которых превышает 1 млрд долл. США в день. Излишки продукции по демпинговым ценам выбрасываются на мировой рынок, опять-таки при помощи дополнительных субсидий, финансируемых за счет налогоплательщиков и потребителей.

2. **Либерализация торговли.** МВФ, Всемирный банк и правительства большинства северных государств энергично выступают за либерализацию торговли, утверждая, что она полезна для роста и что бедные имеют возможность на справедливой основе воспользоваться благами роста [3]. Но данную теорию на протяжении многих лет оспаривают ученые-теоретики. Например: корейский экономист Чхан Ха Джун исследовал этот вопрос и пришел к выводу, что богатые страны в тот период, когда их экономика только развивалась, сами использовали меры протекционизма (например, Великобритания и США).

3. **Международные правила торговли как препятствие на пути развития.** Хорошие правила международной торговли могут создать условия, способствующие сокращению бедности. Многие из правил Всемирной торговой организации (ВТО) представляют собой плохие правила. Примером этого в первую очередь является Соглашение о связанных с торговым режимом аспектах прав на интеллектуальную собственность (TRIPs), которые включают в себя следующие результаты [2]:

- ужесточение патентной защиты, которое повысит стоимость передачи технологий. Развивающиеся страны будут терять приблизительно 40 млрд долл. США в год [4];

- патенты в отношении лекарственных препаратов будут иметь тяжелейшие последствия для здоровья общества. Неизбежным результатом этого являются преждевременная смертность и болезни, которых можно было бы избежать [4];

- нынешняя практика патентования представляет собой прямую угрозу интересам мелких фермеров: биопиратство упрямочено на правительственном уровне [4].

Таким образом, торговля может в полной мере реализовать свой потенциал только в том случае, если богатые и бедные страны предпримут действия, направленные на перераспределение возможностей в пользу бедных. Развивающиеся страны нуждаются в помощи в развитии для того, чтобы иметь возможность интегрироваться в мировые рынки на более благоприятных условиях.

Литература

1. В богатстве и в бедности. Международная торговля может усугублять неравенство в развивающихся странах [Электронный ресурс] // Международный валютный фонд. — Режим доступа: <https://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/fandd/20...> — Дата доступа: 03.04.2016.

2. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://sumip.ru/wp-content/docs/trips_rus.pdf. — Дата доступа: 04.04.2017.

3. Making Trade More Inclusive [Electronic resource] // International Labour Organization. — Mode of access: <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/how-the-ilo-w...> — Date of access: 04.04.2017.

4. Oxfam International [Electronic resource] — Mode of access: <https://www.oxfam.org/en/research>. — Date of access: 27.03.2017.

А.М. Шашуро

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Ю.Б. Вашкевич

ВНЕШНИЙ ДОЛГ: ТАК ЛИ ЭТО СТРАШНО?

В последнее время в новостных сводках и заголовках статей все чаще встречаются фразы «внешний долговой кризис», «проблема внешней задолженности» и т.п. Проблема внешнего долга действительно актуальна как для мировой экономики, так и для национальной экономики Беларуси. Но так ли это страшно?

Согласно мнению экспертов, главным показателем величины внешнего долга является соотношение его объема к объему ВВП страны. Критическим показателем является 80 %. Превышение этого уровня может привести к деструктивным явлениям в экономике, а при чрезмерном увеличении — к дефолту, как это было в России в 1998 г. и Исландии в 2009 г.

Яркий пример страны с высоким показателем внешнего долга — США. Для осуществления антикризисной политики с 2008 г. привлекались значительные внешние ресурсы. Внешний долг возрастал. Согласно последним данным, валовой внешний долг США составляет более 18 трлн долл., или почти 99 % ВВП [1]. Тем не менее, внешний долг не представляет значительной угрозы для экономики США. Он становится проблемой, когда внешнее заимствование не связано с инвестициями в производство или когда экономика страны, которая является чистым должником, подвергается крупным шокам в отношении ключевых макроэкономических показателей.

Переходя к странам СНГ, необходимо отметить, что по объему внешнего долга первое место в этом регионе занимает Россия. Он составляет почти 519 млрд долл. Тем не менее, по отношению к ВВП страны этот показатель на начало 2017 г. равен всего 32 % [2]. Однако в сравнении с докризисным 2008 г., когда этот же показатель составлял всего 5 %, становится ясно, что экономика испытывает некоторые трудности.

В начале 90-х гг. XX в. Республика Беларусь имела незначительный внешний долг — около 4 % годового ВВП. Однако с тех пор он возрос и на 01.01.2017 г. составляет 37,5 млрд долл., или 78 % ВВП, что обоснованно вызывает опасения [3]. Значительная часть ресурсов страны направляется на погашение и обслуживание внешнего и внутреннего валютного долга. Так произошло потому, что ранее одолженные

средства были инвестированы в проекты, которые не дали должной отдачи, не смогли привести к существенному увеличению валютной экспортной выручки и улучшению текущего счета платежного баланса.

Для уменьшения внешней задолженности страны представляются целесообразными следующие шаги:

- пересмотр экспортно-импортной политики с целью ликвидации отрицательного сальдо платежного баланса;
- проведение консолидации внешнего долга и его конверсии не в ущерб национальным интересам;
- продолжение политики получения льготных кредитов у международных финансовых организаций для реализации конкретных программ и использование рефинансирования только в критических ситуациях.

Таким образом, внешний долг страны представляет собой проблему, которая должна быть своевременно идентифицирована и разрешена на начальных стадиях ее появления.

Литература

1. US Gross External Debt [Electronic resource] // U.S Department of the Treasury. — Mode of access: <https://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/tic/Pages/external-debt.aspx>. — Date of access: 06.04.2017.

2. Статистика внешнего сектора [Электронный ресурс] // Центральный банк Российской Федерации. — Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=svs>. — Дата доступа: 05.04.2017.

3. Валовой внешний долг Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/ExternalDebt/>. — Дата доступа: 05.04.2017.

Секция 3

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА

*П. Агафонов, А.В. Малышко
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель Н.Н. Евсейчикова

НАЛОГ ЗА ВЛАДЕНИЕ СОБАКАМИ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

Налог на домашних животных — широко распространенная практика, он введен во многих странах по всему миру. Не является исключением и Беларусь, на территории которой с 2010 г. существует налог за владение собаками. Необходимость введения этого налога была обусловлена в основном: 1) недостаточностью финансирования приютов для бездомных животных; 2) ростом числа бездомных животных; 3) необходимостью увеличения количества площадок для выгула собак. Однако, несмотря на введение этого налога, ситуация с приютами, бездомными животными и площадками для выгула не разрешилась. Кроме того, введение этого налога может препятствовать решению граждан взять собак из приюта.

Для совершенствования налога за владение собаками интересным, на наш взгляд, является зарубежный опыт. Существуют разные системы определения ставки налога, и каждая страна самостоятельно принимает решение, какую из них использовать. Например, в Польше за одну собаку уплачивается фиксированная ставка налога, а за каждую последующую собаку налог уплачивается в двойном размере. В Нидерландах также за одну собаку уплачивается фиксированный налог, а за каждую последующую собаку ставка налога увеличивается в геометрической прогрессии. В Республике Беларусь начиная с 2017 г. ставка налога исчисляется только в зависимости от потенциальной опасности породы [1, 2].

Кроме базовых ставок налога за владение собаками во многих странах существует система льготирования для определенных групп населения. Так в Нидерландах, Польше, Испании и Республике Беларусь освобождаются от уплаты налога инвалиды по зрению, для которых содержание собаки-поводыря является жизненной необходимостью, и лица, владеющие служебными собаками. Отметим также, что в Испании в отличие от Республики Беларусь граждане, взявшие животных из приютов, полностью освобождаются от уплаты налога. Помимо вышеуказанного под систему льгот в Республике Беларусь попадают лица, проживающие в индивидуальных жилых домах, при условии содержания ими не более одной собаки, не являющейся источником получения дополнительных доходов и др. [1, 2].

В ряде стран применяются вспомогательные меры, которые в совокупности с налогообложением достигают наибольшей эффективности. К таким мерам относятся: 1) микрочипирование (для Республике Беларусь она практически нереализуема из-за высокой затратности); 2) обязательная уборка за своими питомцами на улицах; 3) стандартный набор прививок; 4) определение особых мест, на которых запрещено появляться с собаками [2].

Опираясь на многолетнюю зарубежную практику, для повышения эффективности налогообложения на собак в Республике Беларусь, мы предлагаем: 1) ввести обязательное предъявление справки об уплате налога за владение собаками при посещении ветеринарных клиник; 2) увеличить количество площадок для выгула собак; 3) ввести дифференцированное налогообложение, при котором ставки налога зависели бы не только от потенциальной опасности породы собаки, но и от того, является ли владелец заводчиком породистых собак; 4) расширить систему штрафов; 5) освободить от уплаты налога граждан, которые взяли собак из приютов. В дополнение к вышесказанному можно добавить, что для того, чтобы создать комфортную среду обитания для всех граждан Республики Беларусь, начать нужно, прежде всего, с сознания и культуры поведения людей.

Литература

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by>. — Дата доступа: 27.04.2017.
2. Dog tax in the Netherlands [Electronic resource] // Gemeente Den Haag. — Mode of access: <https://www.denhaag.nl/en/residents/to/Dog-tax.htm>. — Date of access: 27.04.2017.

*В.Н. Баранова
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель В.Г. Дорофеев — канд. экон. наук

СОВРЕМЕННАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Острота проблемы в сфере инвестиций для Республики Беларусь с каждым годом возрастает, ведь без вложения в необходимых объемах средств в воспроизводственный процесс невозможно создать новых эффективных рабочих мест, добиться стабильного и долговременного экономического роста, заметного повышения уровня жизни населения. От инвестиций и инвестиционной политики зависят рост производственного потенциала страны, темпы ее экономического роста в целом.

Динамика объема инвестиций в основной капитал в Республике Беларусь за 2014–2016 гг. представлена в табл. 1 [1].

Таблица 1

Динамика объема инвестиций в основной капитал в Республике Беларусь за 2014–2016 гг., млрд руб.

Показатель	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017	Изменение за период (+/-)
Инвестиции в основной капитал	225 270	210 290	180 743	-44 527

По данным табл. 1 видно, что за исследуемый период наблюдается уменьшение объема инвестиций в основной капитал на 44 527 млрд руб.

Поступление иностранных инвестиций в реальный сектор экономики Республики Беларусь за 2014–2016 гг. отражено в табл. 2 [2].

Таблица 2

Поступление иностранных инвестиций в реальный сектор экономики Республики Беларусь за 2014–2016 гг., млн долл. США

Показатель	На 01.01.2015	На 01.01.2016	На 01.01.2017	Изменение за период (+/-)
Иностранные инвестиции	15 084	11 344	8560	-6524

По данным табл. 2 можно сделать вывод о том, что за анализируемый нами период поступление иностранных инвестиций сократилось на 6524 млн долл. США.

В настоящее время существуют следующие проблемы, связанные с реализацией инвестиционной политики в Республике Беларусь:

1) неопределенность макроэкономической ситуации в Республике Беларусь;

2) низкая рентабельность производства, увеличение запасов готовой продукции, недостаточное внедрение передовых технологий, инноваций;

3) неэффективная технологическая структура инвестиций, высокий уровень износа основных фондов, особенно их активной части;

4) низкая доступность кредитных ресурсов;

5) недостаточный объем привлечения в экономику страны иностранных инвестиций (в частности прямых иностранных инвестиций);

6) неразвитость в республике институтов долгосрочных накоплений.

На наш взгляд, для развития инвестиционной политики в Республике Беларусь необходимы:

1) расширение практики государственно-частного партнерства для привлечения частных инвесторов;

2) развитие финансового рынка;

3) усиление инновационной и инвестиционной направленности банковской системы, снижение стоимости кредитных ресурсов;

4) активация процессов приватизации;

5) мероприятия по повышению конкурентоспособности и инновационности белорусской экономики, обеспечение технологического перевооружения предприятий;

6) дальнейшее развитие институтов бизнес-ангелов, венчурных фондов для стимулирования притока инвестиций.

В целом в Беларуси сделано немало в части улучшения инвестиционного рейтинга, прежде всего в правовом и организационном плане. Вместе с тем важнейшее значение для снижения уровня инвестиционных рисков и активизации инвестиционной деятельности на территории Республики Беларусь имеют факторы, характеризующие макроэкономическую и политическую ситуацию в стране, трансформацию собственности, формирование рыночных институтов, правовую систему. Именно сложившаяся ситуация по вышеперечисленным факторам тормозит получение ожидаемых результатов от реализации инвестиционной политики в Республике Беларусь.

Литература

1. Инвестиции в основной капитал [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/osnovnye-pokazateli-za-period/investitsii-v-osnovnoi-kapital_3. — Дата доступа: 02.04.2017.

2. Инвестиции в Республику Беларусь из-за рубежа [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/finansy/inostrannye-investitsii-v-respubliku-belarus>. — Дата доступа: 02.04.2017.

Г.С. Болтуть

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **И.Н. Жук** — канд. экон. наук

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И МЕЖДУНАРОДНЫХ КРЕДИТНО-ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В современном мире решение задач в сфере мировой экономики требует большого количества финансовых ресурсов, которые образуются благодаря деятельности ряда международных кредитно-финансовых организаций. Эффективное функционирование таких институтов

обусловлено взаимодействием с правительствами и правительственными организациями стран-участниц. Политика Республики Беларусь направлена на постепенное развитие отношений с международными финансовыми организациями. Наша страна является членом 55 международных организаций, финансовые вопросы членства в которых обеспечиваются Министерством финансов Республики Беларусь. В настоящее время вопрос об интеграции с мировым сообществом и улучшении взаимоотношений с международными финансовыми организациями является наиболее актуальным по причине остро стоящей проблемы преодоления текущего экономического кризиса и более долгосрочной задачи возобновления экономического роста.

Одним из наиболее значимых факторов реализации политики Республики Беларусь в векторе международного финансово-экономического сотрудничества является членство в МВФ. До 2004 г. Беларусь использовала ресурсы Фонда трижды для поддержки программ экономических реформ. В 1993 и 1995 гг. этот показатель приблизился к 70 млн долл. США в рамках механизма финансирования системных преобразований, в 1995 г. — 196 млн долл. США (кредит «стэнд-бай»).

В 2004 г. было принято решение о том, что дальнейшее сотрудничество будет осуществляться в рамках технической помощи.

Новый этап взаимодействия Республики Беларусь и МВФ начался в 2009 г., когда Совет исполнительных директоров Фонда одобрил выделение республике финансовых ресурсов по программе «стэнд-бай». Общий объем программы составил около 3,5 млрд долл. США.

В период с 1993 по 2002 г. Советом исполнительных директоров Всемирного Банка (ВБ) были одобрены 4 программы по сотрудничеству с Республикой Беларусь (1993, 1997, 1999, 2002 гг.). Членство государства в данной организации позволило заключить ряд кредитных соглашений по реализации конкретных проектов. Это привлекло в республику кредитные ресурсы в виде институционального займа, реабилитационного займа, займа на развитие лесного хозяйства и займа на проект «Модернизация инфраструктуры в социальной сфере Республики Беларусь». Со стороны ВБ республике была оказана безвозмездная помощь посредством предоставления грантов из различных специальных фондов на сумму более 15 млн долл. США. Результатом работы является подготовленная экспертами Банка с учетом предложений Правительства Стратегия партнерства с Республикой Беларусь на 2014–2017 гг.

Сотрудничество с Европейским банком реконструкции и развития (ЕБРР) началось подписанием Меморандума о взаимопонимании между Правительством Республики Беларусь и ЕБРР от 19 февраля 1993 г. Деятельность Банка в республике осуществляется по следующим направлениям: кредитные и инвестиционные операции; оказание технической помощи в энергетике, организации инфраструктуры, структурной перестройке экономики, финансовом и банковском секторах, поддержке предпринимательства и приватизации, использовании сельскохозяйственных и лесных ресурсов и др. По состоянию на 7 октября 2016 г.

в Беларуси Банком было профинансировано более 70 проектов на сумму около 1,8 млрд евро. Примечательно, что более половины этих ресурсов были инвестированы в крупные проекты в 2011–2015 гг. Все проекты ЕБРР в стране имеют высокий рейтинг эффективности, его инструменты и ресурсы востребованы для формирования благоприятных условий развития бизнес-среды и повышения инвестиционной привлекательности Беларуси.

Таким образом, МВФ, ВБ, ЕБРР предоставляют Беларуси как кредитные средства, так и безвозмездную помощь для реализации ряда социально-экономических программ. Несмотря на то что данными организациями предоставляются ресурсы на льготных условиях, их возможности не используются страной в полном объеме. В связи с этим целесообразно расширять дальнейшее взаимодействие и сферы сотрудничества с международными кредитно-финансовыми организациями, что даст дополнительный стимул для роста экономики Республики Беларусь.

*Ю.Н. Бузова
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель Н.Н. Евсейчикова

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ НАЛОГ КАК СПОСОБ ИНТЕРНАЛИЗАЦИИ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ

С появлением человека и общества природа вступила в новый этап своего существования — стала испытывать на себе антропогенное влияние. С увеличением воздействия человека на окружающую среду большую роль стали играть внешние эффекты.

Экономические методы борьбы с загрязнением окружающей среды построены на принципе платности природопользования, который действует через систему платежей, налогов, штрафов. Обложение экологическим налогом регулируется Налоговым кодексом Республики Беларусь (гл. 19). Экологический налог представляет собой плату субъектов хозяйствования за вредное воздействие на окружающую среду, которое они оказывают при осуществлении хозяйственной деятельности, и призван стимулировать природопользователей на сокращение вредного воздействия на окружающую среду [1].

На наш взгляд, экологический налог в Беларуси может рассматриваться как корректирующий налог, так как суммы экологического налога включаются в затраты по производству и реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав, таким образом включая издержки, которые несет общество, в издержки субъектов хозяйствования.

Как корректирующую субсидию можно рассматривать уменьшение исчисленной суммы экологического налога плательщиком на сумму ос-

военных капитальных вложений в строительство, реконструкцию очистных установок, установок по использованию возобновляемых источников энергии, устройств, предназначенных для удаления из сточных вод загрязняющих веществ, объектов хранения, захоронения и обезвреживания отходов, в создание автоматизированных систем контроля за выбросами и сбросами загрязняющих веществ и других подобных мероприятий.

На наш взгляд, в целях интернализации внешних эффектов в Беларуси может быть применен опыт США в этой сфере [2, с. 813; 3, с. 43]:

- создание «банков» выбросов: предприятие, которое свело выбросы к уровню ниже определенного законом, может положить в банк сумму, равную затратам на обеспечение этих мероприятий и взятую из централизованного фонда. Такой кредит в дальнейшем можно использовать в рамках общей стратегии развития региона или продать другой заинтересованной фирме;

- введение корректирующих субсидий в виде грантов для реализации крупномасштабных проектов по значительному снижению загрязнения окружающей среды и мягких ссуд или низкопроцентных кредитов предприятиям на осуществление экологизации производства;

- применение налоговых льгот;

- введение обязательного экологического страхования экологоопасных производств. Из средств от продажи страховых полисов образуются страховые экологические фонды, необходимые для компенсации ущерба от аварийных загрязнений. Предприятие может получить поощрение (премию) от страховой компании в случае, если размеры причиненного им ущерба меньше страховых платежей, внесенных данным предприятием.

Литература

1. Абрамчик, Л. Я. Экологический налог: проблемы законодательного закрепления в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Л. Я. Абрамчик // Предпринимательство и право. — Режим доступа: <http://lexand-business.ru/view-article.php?id=5399>. — Дата доступа: 30.03.2017.

2. Гэлбрейт, Дж. Новое индустриальное общество : пер. с англ. / Дж. Гэлбрейт. — СПб. : Terra Fantastica, 2004. — 890 с.

3. Самстыко, О. А. Экология и контроль состояния окружающей среды : учеб.-метод. пособие / О. А. Самстыко, В. И. Романовский. — Минск : БГТУ, 2014. — 85 с.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПАТЕРНАЛИЗМ КАК СРЕДСТВО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ

В настоящее время повышение эффективности налогового контроля и совершенствование налоговой системы являются актуальными для Республики Беларусь. Средством для этого может выступить государственный экономический патернализм, под которым понимаются любые формы вмешательства в жизнь человека против его воли со стороны государства на том основании, что такое вмешательство улучшает его положение и (или) предотвращает нанесение им себе вреда [1].

Объектом государственного патернализма может выступать налогообложение. Жесткие инструменты налогового патернализма предполагают сильные ограничения возможностей выбора. Мягкие инструменты нацелены на обеспечение всеобщности уплаты налогов и формирование налоговой культуры.

Примеры мягких инструментов известны в зарубежной практике. Например, фискальные органы Великобритании вывешивали списки неплательщиков налогов на своих сайтах, а также направляли информационные письма соседям неплательщиков, чтобы добиться общественного порицания. В нашей стране также необходимо создавать атмосферу порицания неплательщиков для чего можно использовать социальную рекламу в СМИ и на рекламных щитах.

Другим вариантом мягкого налогового инструмента является разработка механизма общественного налогового контроля над бизнесом через электронные и печатные СМИ, форумы, службы доверия, но с ответственностью за достоверность информации. Например, в Армении, Сербии, Черногории были внедрены приложения для мобильных телефонов, когда граждане сами фотографировали и отправляли с телефона в налоговую службу примеры правонарушений: неофициальная торговля, ремонт автомобилей и прочее [2, с. 281]. В Республике Беларусь для сообщений в реальном времени также видится целесообразным создание мобильного приложения с простым интерфейсом.

Еще одним примером налогового патернализма служит применение чековой лотереи, когда кассовый чек приравнивается к лотерейному билету. Это служит для покупателей стимулом брать чеки, что заставляет продавцов «пробивать» товар. Пример успешного проведения чековой лотереи также встречается в зарубежной практике. Налоговые поступления и товарооборот росли в Азербайджане, Армении, Грузии, Китае, Турции, Филиппинах.

В настоящее время Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь разработало и вынесло на общественное обсуждение проект Указа Президента Республики Беларусь, который позволит проводить

чековые лотереи. При этом успешное проведение такой лотереи будет зависеть от рекламы в средствах массовой информации, размера выигрыша, а также места проведения. На наш взгляд, чтобы чековая лотерея выполнила свою главную задачу, она должна проводиться не в крупных, а в небольших торговых центрах, таких, как «Силуэт», «Пассаж» и т.д., а также на рынках «Ждановичи», «Экспобел» и прочие, потому что именно там чаще всего встречаются ситуации, когда продавцы не хотят пробивать чек.

Таким образом, Республика Беларусь может применить зарубежный опыт использования инструментов экономического патернализма, учитывая национальные особенности, что может послужить средством снижения объема теневой экономики и повышения эффективности налоговой системы страны.

Литература

1. Капелюшников, Р. И. Поведенческая экономика и новый патернализм [Электронный ресурс] / Р. И. Капелюшников // Информ.-аналит. портал. — Режим доступа: <http://polit.ru/article/2013/11/12/paternalism>. — Дата доступа: 20.03.2017.
2. Финансовая диета: реформы государственных финансов Беларуси / К. В. Рудый [и др.]; под науч. ред. К. В. Рудого. — Минск : Звезда, 2016. — 464 с.

В.А. Ванкович, М.Е. Лавриянец
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **О.Г. Рудковская**

СТРАХОВАНИЕ ОТ БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В настоящее время в Республике Беларусь активно обсуждается вопрос о введении страхования от безработицы. По данным официальной статистики, около 11,2 % экономически активного населения страны являются безработными или находятся под риском сокращения [1]. При этом максимальный размер пособия по безработице в месяц составляет 2 б. в., или 46 руб. Это свидетельствует о необходимости изменения подходов к поддержке безработных. Одним из вариантов может стать введение системы страхования от безработицы.

Планируется, что средний размер страхового пособия составит 60 % средней заработной платы работника, а взносы — 0,5 % фонда оплаты труда. При этом предлагается платить эту сумму поровну — и нанимателю, и работнику. Это значит, что вместо 1 % в ФСЗН, работник должен будет платить 1,25 %, работодатель — 34,25 % [1].

При реализации системы страхования могут возникнуть следующие трудности: в краткосрочном периоде система страхования не поможет защитить безработных, так как начинает работать спустя некоторое время; в условиях высокой нагрузки на фонд заработной платы снижаются стимулы к формальной занятости; возникает проблема моральной недобросовестности. Более того, существует критика на цифры. Директор Исследовательского центра ИПМ Александр Чубрик рассчитал, что в среднем 250 тыс. чел. будут требовать 60 % своей заработной платы. Это 1 млрд 300 млн руб. в год. За год реально накопить только 140–150 млн руб. Итого дефицит нового фонда — более 1 млрд руб. в год [2].

По результатам проведенного нами исследования, даже при самой низкой средней зарплате в 380 руб. коэффициент обеспеченности составит 0,43.

Решить эту проблему можно путем снижения процента выплат от заработной платы, уменьшения периода выплат, увеличения размера взносов на социальное страхование. Вместе с тем, по нашим расчетам, даже при средней заработной плате безработных на последнем месте работы в 380 руб. для получения страхового пособия в течение 6 месяцев необходимо снизить процент выплат от заработной платы до 25,7 %; для получения страхового пособия в размере 60 % этой заработной платы период выплат должен составлять 2,6 месяца. При снижении этих параметров не будет выполняться главная цель страхования, и введение этой системы будет нецелесообразным.

Если увеличивать размер взносов на социальное страхование, то для обеспечения полной окупаемости они должны составлять 1,1 % фонда оплаты труда. Однако в нашей стране отчисления в ФСЗН и так высоки, и их повышение может вызвать недовольство как работодателей, так и работников.

Поэтому можно сделать вывод, что оптимальный вариант, при котором страхование от безработицы будет окупаться и не требовать денежных средств из бюджета, найти крайне сложно. В связи с этим необходимо искать другие подходы к поддержке безработных.

Литература

1. Кулецкий, В. Мягкая подушка на черный день: Минтруда предлагает полгода возмещать 60 % заработка потерявшим работу [Электронный ресурс] / В. Кулецкий // Республика. — Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/myagkaya-podushka-na-chernyy-den.html>. — Дата доступа: 25.03.2017.
2. Чубрик, А. Мнение. Очередной абсурд в цифрах: простая арифметика идеи Минтруда по «защите» безработных [Электронный ресурс] / А. Чубрик // Белорусский портал tut.by. — Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/535708.html>. — Дата доступа: 25.03.2017.

А.П. Винцкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.Г. Дорофеев** — канд. экон. наук

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На сегодняшний день основной динамичного устойчивого развития экономической системы выступает инновационная деятельность, обеспечивающая высокий уровень ее конкурентоспособности [1, с. 126].

Проблематика, связанная с инновациями и реализацией государственной инновационной политики, в условиях современной Беларуси чрезвычайно актуальна. В настоящее время именно инновации определяют уровень конкурентоспособности национальных товаров и экономики страны в целом в глобализирующейся мировой системе [2, с. 31].

В Республике Беларусь в целом созданы необходимые условия для активизации инновационного развития. Сейчас в республике принимаются меры, направленные на формирование инновационной инфраструктуры, развитие международного сотрудничества, налогового стимулирования [3], однако в целом в Беларуси существует ряд проблем, о чем свидетельствуют недостаточно высокие значения и зачастую отрицательная динамика ключевых индикаторов инновационного развития. К ним можно отнести следующие:

1) недостаточная развитость системы финансирования. В силу ряда особенностей инновационной деятельности ей зачастую требуются специфические денежные источники, из которых в нашей стране представлены преимущественно инновационные фонды. Однако и на эти структуры приходится незначительный объем финансирования.

Незначительное развитие получили в нашей стране и сети неформальных инвесторов, под которыми понимаются частные лица, вкладывающие средства в стартапы на этапе создания предприятия в обмен на возврат денег и долю в капитале. В Беларуси в настоящее время существует Сообщество бизнес-ангелов и венчурных инвесторов «БАВИН» насчитывающее 13 участников. Еще одним интересным инструментом, пока не получившим в Беларуси должного развития, является краудфандинг. На данный момент в Беларуси наиболее популярными краудфандинговыми платформами являются ulej.by и talaka.by;

2) недостаток собственных средств у организаций для осуществления нововведений;

3) высокие риски инновационной деятельности;

4) отсутствие системы управления инновациями в большинстве предприятий, включающей как формализованный механизм их создания и внедрения, так и подсистему мотивации и организационной культуры.

Таким образом, для решения указанных проблем целесообразным является формирование структур, обеспечивающих финансирование и страхование инновационной деятельности, развитие системы инновационного образования, налогообложения. Однако работу необходимо проводить на разных уровнях — государственном и организационном. Так, компаниями должна быть построена эффективная система менеджмента, в которой значительное внимание следует уделять мотивации сотрудников и развитию организационной культуры.

Реализация указанных мер будет способствовать росту инновационной активности белорусских предприятий и, соответственно, дальнейшему формированию сильной и устойчивой экономики в Республике Беларусь.

Литература

1. Костюченко, А. В. Прогнозные оценки изменения структуры источников инвестиций для финансирования инновационной деятельности / А. В. Костюченко // Инновации. — 2016. — № 10. — С. 126–131.
2. Веко, Р. Повышение эффективности финансирования инновационных проектов на региональном уровне / Р. Веко // Банкаўскі веснік. — 2016. — № 9. — С. 31–33.
3. Государственная программа инновационного развития на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс] // Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by/opencms/opencms/ru/innovation/inn2/>. — Дата доступа: 10.05.2017.

А.В. Ганич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **М.А. Зайцева** — канд. экон. наук

СТРАХОВАНИЕ ЭКСПОРТНЫХ РИСКОВ С ПОДДЕРЖКОЙ ГОСУДАРСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь поддерживает торговые отношения более чем со 180 государствами мира, отправляя на экспорт свыше 50 % производимой в стране продукции. В 2016 г. товары и услуги белорусского производства поставлялись на рынки 167 государств, обеспечив стоимостной объем экспорта в размере 29,8 млрд долл. США [1, с. 64]. Кроме того, Национальной программой поддержки и развития экспорта Республики Беларусь на 2016–2020 годы предусмотрен рост удельного веса экспорта товаров белорусского производства на новые перспективные рынки в общем объеме экспорта до 10 % к 2020 г. [2]. В этой связи актуальным является вопрос поиска инструментов снижения рисков на зарубежных рынках и гарантии возврата валютной выручки в страну, од-

ним из которых является страхование экспортных рисков с поддержкой государства.

В рамках экспортного страхования уполномоченный страховщик — Белэксимгарант — предлагает 8 страховых продуктов, обеспечивающих защиту страхователя от специфического набора рисков. Наряду с коммерческими рисками страховой полис Белэксимгаранта покрывает и политические риски. Национальный страховщик экспорта входит в состав Международного союза страховщиков кредитов и инвестиций (Бернский союз) и, в отличие от других его участников, предоставляет страховое покрытие по экспорту в такие страны, как Афганистан, Мьянма, Пакистан, т.е. в страны седьмой, наивысшей, группы политического риска.

Несмотря на развитие прогрессивных финансовых инструментов в стране, лишь 1,85 % общего объема реализованных в 2016 г. на экспорт товаров и услуг были обеспечены страховой защитой. В странах — членах Бернского союза данный показатель, как правило, составляет 2,5–3,0 %.

В национальной практике сформирована комплексная система стимулирования экспорта. Вместе с тем в 2016 г. произошло существенное снижение объема страхования экспортных рисков с поддержкой государства, его доля в портфеле Белэксимгаранта составила лишь 18 %. Это обусловлено изменениями в действующем законодательстве, в том числе сокращением объемов директивного кредитования, упразднением страхования риска невозврата экспортного кредита резиденту для производства и последующей реализации продукции на экспорт и др.

Для совершенствования системы страхования экспортных рисков с поддержкой государства в Республике Беларусь целесообразно:

- расширение объектов и субъектов страхования в рамках национальной системы стимулирования и поддержки экспорта;
- обеспечение устойчивости и сбалансированности страхового портфеля Белэксимгаранта на основе повышения эффективности его андеррайтинговой деятельности и др.;
- совершенствование предлагаемых страховых продуктов на основе разработки и внедрения программ страхования для субъектов малого и среднего бизнеса;
- дальнейшее развитие инфраструктуры страхования внешнеэкономических рисков с учетом международного опыта.

Совершенствование инструментов экспортного страхования позволит расширить географию экспорта, минимизировать последствия политических и коммерческих рисков, упрочить систему государственной поддержки экспорта.

Литература

1. Беларусь в цифрах : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2017. — 72 с.

2. О поддержке и развитии экспорта Республики Беларусь в 2016–2020 годах [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 1 авг. 2016 г., № 604 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017.

Т.А. Гардевич
БГЭУ (Минск)

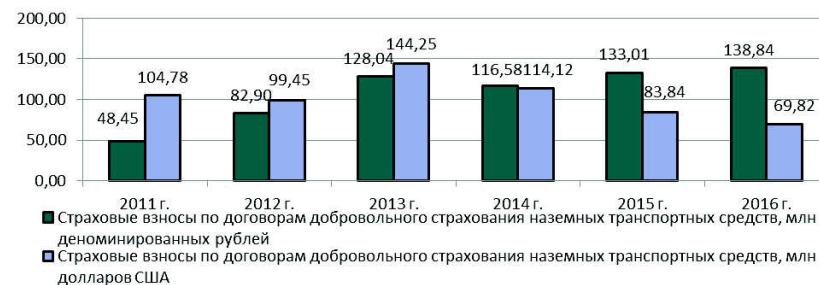
Научный руководитель **М.А. Зайцева** — канд. экон. наук

СТРАХОВАНИЕ СРЕДСТВ АВТОТРАНСПОРТА И ЕГО РАЗВИТИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, на 01.01.2017 г. в личной собственности граждан было зарегистрировано около 3,1 млн средств автотранспорта, что на 323,5 тыс. больше, чем в 2011 г. Следствием расширения парка транспортных средств в стране явилось увеличение уровня аварийности его использования.

В страховании средств автотранспорта объектом страховой защиты являются не противоречащие законодательству имущественные интересы страхователя или выгодоприобретателя, связанные с утратой, гибелью или повреждением застрахованного транспортного средства.

По данным Главного управления страхового надзора Министерства финансов Республики Беларусь, добровольное страхование транспортных средств в 2017 г. осуществляют 15 страховых организаций. О развитии данной сферы свидетельствует информация, приведенная на рисунке.



Динамика страховых взносов по договорам страхования автотранспорта в Республике Беларусь за 2011–2016 гг. в млн деноминированных руб. и млн долл. США

Рисунок показывает, что за ряд предшествующих лет страховые взносы по добровольному страхованию средств автотранспорта снизились, что обусловлено влиянием инфляционных процессов в стране.

Важным показателем, характеризующим развитие сферы автострахования, является также уровень выплат. Как показала практика, в 2016 г. уровень выплат по страхованию физических лиц составил 85,41 %, а юридических лиц — 79,80 %. Данная информация свидетельствует о том, что страховщики выполняют принятые обязательства перед клиентами.

Наряду с развитием автострахования в данной сфере остаются нерешенные проблемы: страховое мошенничество, сложности в процессе урегулирования убытков, сокращение объемов продаж и др.

Основными направлениями развития страхования транспортных средств являются:

- совершенствование действующих страховых продуктов на основе внедрения системы телематики (дистанционной передачи данных) и предоставления комплексного пакета страховых услуг;
- модернизация механизма урегулирования убытков на основе использования удаленного взаимодействия клиента со страховщиком, сокращения документооборота и упрощения процедуры выплаты страхового возмещения;
- расширение взаимодействия страховых организаций с официальными дилерами различных марок автотранспорта на всей территории страны.

В результате реализации данных направлений появится возможность увеличить круг потенциальных страхователей, расширить дифференциацию клиентского портфеля и усовершенствовать андеррайтинговую деятельность в области страхования средств автотранспорта.

Литература

1. Добровольное страхование транспортных средств [Электронный ресурс] // Белорусская ассоциация страховщиков. — Режим доступа: <http://www.belasin.by>. — Дата доступа: 30.04.2017.
2. Зайцева, М. А. Национальная система страхования Республики Беларусь и перспективы ее развития / М. А. Зайцева // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2016. — Вып. 9. — С. 129–135.

Н.И. Гинько, А.Н. Радивоник
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.Г. Дорофеев** — канд. экон. наук

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ, ОРИЕНТИРОВАННОЕ НА РЕЗУЛЬТАТ, В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Повышение эффективности планирования и расходования бюджетных средств сегодня на повестке дня у всех развитых и развивающихся стран. Это связано с двумя основными причинами. Первая — более эффективное перераспределение бюджетных ресурсов ведет к повышению

качества оказываемых государством общественных благ и к увеличению количества их получателей. Вторая — бюджетные расходы представляют собой довольно мощный источник экономического роста и, одновременно, при неграмотной бюджетно-налоговой политике могут стать почвой для зарождения экономического кризиса.

Выбор сферы образования является неслучайным. Ниже представлена таблица структуры расходов консолидированного бюджета за 2013–2015 гг. [1].

Структура расходов консолидированного бюджета Республики Беларусь за 2013–2015 гг.

Расходы	Год		
	2013	2014	2015
Общегосударственная деятельность	24,9	22,5	25,1
Национальная оборона	3,2	3,5	3,7
Судебная власть, правоохранительная деятельность и обеспечение безопасности	6,0	6,7	6,4
Национальная экономика	16,1	15,9	15,5
Охрана окружающей среды	0,5	0,4	0,3
Жилищно-коммунальные услуги и жилищное строительство	7,9	8,2	6,4
Здравоохранение	13,3	14,1	14,0
Физическая культура, спорт, культура и средства массовой информации	3,2	3,2	3,1
Образование	16,9	17,4	16,7
Социальная политика	8,2	8,1	8,7
ВСЕГО	100,0	100,0	100,0

Очевидно, что доля образования довольно высока, при этом эффективность этой сферы находится на довольно низком уровне.

Как раз здесь для решения этой проблемы можно использовать механизм бюджетирования, ориентированного на результат (БОР). Он позволит повысить эффективность государственных финансов, а также переориентировать средства бюджета на инфраструктурные проекты и социальные задачи, которые необходимо финансировать для достижения государством долгосрочного экономического роста.

Условно выделим этапы внедрения такого механизма.

1-й этап. Разработка государственной программы о высшем образовании на период 10–20 лет с возможностью ее корректировки каждые 2 года.

2-й этап. Трансформировать механизмы финансирования образования на основе принципа «деньги следуют за учеником», переход к так называемому государственному заказу. Бюджетное финансирование учреждения образования будут получать по результатам привлечения абитуриентов, набравших лучшие баллы по результатам вступительной компании, на необходимые, то есть предусмотренные программой, специальности.

3-й этап. Заключение трехсторонних договоров на оказание услуг в сфере образования и контроль их исполнения. Самое важное следствие этого этапа — это появление конкретных целей, обязанностей и последствий у каждой стороны в случае их неисполнения.

4-й этап. Подготовка отчета о ходе реализации программы, контроль хода выполнения поставленных целей. Важным на данном этапе является объективная оценка результатов мероприятий, направленных на реализацию программы. Для этого необходима разработка системы показателей, позволяющих всесторонне оценить достигнутые результаты и исключить возможности влиять на ход оценки.

5-й этап. Корректировка программы, исходя из объективных условий ее выполнения и изменяющейся социально-экономической ситуации. Учитывая динамичность и внешней и внутренней среды, возможность корректировки программ придаст больше гибкости всей финансовой системе.

6-й этап. Подведение итогов реализованной программы и подготовка и принятие новой.

Таким образом, бюджетирование, ориентированное на результат, — это сложная, но потенциально важная реформа продолжающейся работы, задачей которой является фокусировка деятельности правительства на достижении результатов.

Литература

1. О состоянии государственных финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/ru/budgetary_policy/analytical_reports/2015/. — Дата доступа: 02.04.2017.

Я.В. Готто, Е.А. Павлова
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **А.В. Сидорова**

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Денежно-кредитная (монетарная) политика — это политика государства, воздействующая на количество денег в обращении с целью обеспечения стабильности цен, полной занятости населения и роста реального производства [1].

На протяжении последних лет были достигнуты определенные успехи по основным показателям монетарной политики Республики Беларусь.

Так, с 2012 по 2016 г. снижались темпы инфляции с 21,8 до 10,6 %, ставка рефинансирования уменьшилась с 45 до 15 %, средняя процентная ставка по новым кредитам и вкладам также снизилась с 34,8 и 32,8 % до 20,5 и 14,3 % соответственно [2, с. 5].

Вместе с тем существует ряд проблем, снижающих эффективность регулирования денежно-кредитного рынка. Низкий внешний спрос на белорусские товары, изменчивость обменных курсов иностранных валют, в первую очередь российского рубля, оказывали негативное влияние на внутренний валютный рынок. В результате в январе-сентябре 2016 г. сложилось отрицательное сальдо внешней торговли товарами в размере почти 2,4 млрд долл. США. По сравнению с январем-сентябрем 2015 г. отрицательное сальдо увеличилось на 553 млн долл. США.

Падение спроса на внутреннем и внешнем рынках является одним из основных факторов снижения объемов производства и реализации произведенных товаров и услуг, что привело к замедлению деловой активности в стране. В 2014 г. рост ВВП составил 1,6 %, по итогам 9 месяцев 2016 г. его падение составило 2,9 %. Доля нерентабельных и низко-рентабельных предприятий составляет 58 % [3].

Процесс снижения роста цен идет недостаточно интенсивно. Одним из сдерживающих факторов является повышение административно регулируемых цен и тарифов: за 2016 г. они выросли на 12,9 %.

В качестве основных направлений совершенствования денежно-кредитной политики в Республике Беларусь можно выделить комплекс мер различной направленности:

- переход денежно-кредитной политики к режиму инфляционно-го таргетирования, в результате которого главным инструментом регулирования денежно-кредитной сферы станет процентная политика (к 2020 г. предполагается снизить ставку рефинансирования до 8–10 %);

НАЛОГ НА ЭЛЕКТРОННЫЕ УСЛУГИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

- снижение инфляции, а в долгосрочной перспективе поддержание ее оптимального уровня и обеспечение финансовой стабильности, создающей условия для роста инвестиций и структурных изменений в экономике;

- наращивание золотовалютных резервов, которые на 1 января 2017 г. составили 4927,2 млн долл. США;

- повышение эффективности механизма аккумуляции свободных денежных средств и их инвестирования в реальный сектор экономики;

- снижение величины директивного кредитования, а в среднесрочной перспективе — осуществление кредитования только на рыночной основе;

- создание эффективно функционирующего финансового рынка;

- укрепление устойчивости и повышение надежности банковской системы;

- использование гибкого механизма формирования обменного курса национальной валюты при минимизации участия Национального банка Республики Беларусь;

- взаимовыгодное сотрудничество с международными финансовыми организациями для развития национальной экономики и снижения степени ее уязвимости к внешним финансовым потрясениям [4, с. 8].

Таким образом, реализация комплекса мероприятий денежно-кредитной политики позволит обеспечить финансовую стабильность и достичь пропорций и параметров, присущих системам экономически развитых государств.

Литература

1. Денежно-кредитное регулирование : учеб. пособие / О. И. Румянцев [и др.] ; под ред. О. И. Румянцева. — Минск : БГЭУ, 2011. — С. 29.

2. Мурин, Д. Л. Об итогах реализации денежно-кредитной политики в Республике Беларусь за январь—сентябрь 2016 г. / Д. Л. Мурин // Банк. вестн. — 2016. — № 10. — С. 3–9.

3. Проблемные активы: вызовы для банковского сектора [Электронный ресурс] // Белрынок. — Режим доступа: <http://www.belrynok.by/ru/page/business/4133>. — Дата доступа: 18.02.2017.

4. Дайнеко, А. Роль денежно-кредитной политики в макроэкономическом регулировании Беларуси / А. Дайнеко, А. Попкова, И. Колесникова // Банк. вестн. — 2016. — № 4. — С. 3–11.

В последние несколько лет ввиду интенсивного развития информационных технологий сформировалась новая отрасль — цифровая экономика, которая включает рынок электронных услуг, оказываемых пользователям удаленно в автоматизированном режиме. Поскольку данные услуги не имеют материального выражения, трудно предусмотреть механизм, который бы позволял взимать «импортный» налог на добавленную стоимость (НДС). Таким образом, необходимо учесть изменение порядка организации бизнеса и использовать современные международные подходы при налоговом администрировании.

С 1 января 2018 г. в Республике Беларусь будет введен НДС с оборота электронных услуг, которые оказывают международные компании, находящиеся за пределами нашей страны. Таким образом, Беларусь собирается пойти по пути России, которая ввела так называемый «налог на Google» в 2017 г. [1].

Плательщиками налога будут иностранные компании, оказывающие электронные услуги покупателям физическим лицам в Беларуси. НДС будет взиматься по ставке 20 %. Объектами налогообложения будут электронные услуги (продажа электронных книг, игр и приложений, музыки и фильмов; подписка на новостные порталы; оказание электронных услуг через посреднические сервисы PayPal, FastSpring и т.п.) [2].

Физическое лицо становится покупателем электронной услуги и, соответственно, плательщиком налога, если:

- лицо фактически находится в Беларуси;
- расчетный счет открыт в банке, который находится в Беларуси;
- IP-адрес устройства, использованного при приобретении электронных услуг, и международный код страны телефонного номера присвоен Беларуси (или относится к ее адресному пространству) [2].

Вместе с тем данные условия достаточно спорны, ведь физическое лицо может иметь расчетный счет в иностранном банке, а IP-адрес устройства будет белорусским.

Платить налог будут обязаны либо сами иностранные компании, либо их посредники в расчетах. Если в расчетах принимают участие несколько иностранных компаний, то налог будет уплачивать иностранная компания, которая непосредственно участвует в расчетах с покупателем.

Иностранная компания не уплачивает НДС, если посредником в расчетах между ней и покупателем выступают белорусская организация, ИП или постоянное представительство иностранной организации.

В этом случае именно они осуществляют функцию налогового агента и уплачивают НДС [2].

По нашему мнению, введение «налога на Гугл» обеспечивает равные условия для национальных и иностранных компаний, реализующих электронные услуги конечным потребителям. Иностранные поставщики находятся в более выгодном положении, чем белорусские компании, которые при сохранении таких условий лишаются возможности развивать данный сегмент национального рынка. Кроме того, порядок взимания налога позволит исключить случаи минимизации налоговых обязательств по НДС и нивелирования налоговых преимуществ для иностранных организаций, расположенных в низконалоговых юрисдикциях.

Литература

1. Стулов, М. «Налог на Google» оплатят российские пользователи [Электронный ресурс] / М. Стулов // Ведомости. — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/>. — Дата доступа: 23.03.2017.

2. Налоговый Кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) : 29 дек. 2009 г., № 71-З : принят Палатой представителей 11 дек. 2009 г. : одобр. Советом Респ. 18 дек. 2009 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2009. — 2/1623.

А.А. Зубок
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **И.Н. Алешкевич** — канд. экон. наук

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЛЬГОТНОГО РЕЖИМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПАРКА ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Основу новой мировой экономики составляют наукоемкие отрасли, производящие продукцию с высокой долей интеллектуальной составляющей. В Республике Беларусь к ним относится сектор информационно-коммуникационных технологий, в рамках которого стремительно возрастает роль Парка высоких технологий, созданного в 2005 г. Декретом № 12 «О Парке высоких технологий». Главной особенностью его функционирования является действие специального правового и налогового режима сроком на 15 лет со дня вступления в силу Декрета. Сегодня это единственная организация в республике, которой предоставлены самые многочисленные налоговые льготы: освобождение от налога на прибыль, налога на добавленную стоимость, земельного налога, налога на недвижимость, оффшорных сборов, таможенных пошлин и НДС при ввозе технологического оборудования, обязательной продажи иностранной валюты [1].

За последнее десятилетие в Республике Беларусь сформировалась полностью ориентированная на экспорт (91,5 % общего объема программного обеспечения и услуг) и генерирующая уникальную по белорусским меркам добавленную стоимость экономическая зона. Число резидентов увеличилось в 6 раз и составляет 165 компаний (51 % — частные иностранные организации), в которых работает более 20 тыс. чел., а чистая прибыль ежегодно прирастает примерно на 30 % и составляет более 100 млн долл. США в год [2].

Учитывая временный характер льготного налогового режима с целью развития отрасли, вопрос о прекращении его действия для ПВТ становится дискуссионным: являются ли льготы оправданными по отношению к другим отраслям экономики, и может ли организация с выручкой в 1 млрд долл. США быть эффективной в рамках общего налогового режима. Сумма всех налогов, недопоступающих в государственный бюджет в связи с предоставлением льгот, ежегодно составляет около 20 млн долл. США. Вместе с тем отмена существенной части преференций может спровоцировать утечку кадров и перемещение IT-компаний в страны ближнего и дальнего зарубежья, массовую регистрацию программистов в качестве индивидуальных предпринимателей, обналичивание доходов и другие схемы организации хозяйственного процесса, что повлияет на эффективность и доходность данной отрасли и снизит конкурентоспособность национальной экономики в целом.

Следует отметить, что именно налоговые льготы в свое время позволили вывести из тени доходы специалистов отрасли и привели к 20-кратному росту валютных поступлений в республику. Благоприятная и стабильная налоговая политика в отношении ПВТ — минимальное условие для существования этой сферы в стране. В связи с этим вопрос о применении налоговых льгот должен быть решен в пользу их сохранения в целях повышения конкурентоспособности отраслей экономики, основанных на новых и высоких технологиях, дальнейшего совершенствования условий для проведения разработок современных технологий и увеличения их экспорта, привлечения в эту сферу отечественных и иностранных инвестиций.

Литература

1. О Парке высоких технологий [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 22 сент. 2005 г., № 12 : в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 02.12.2013 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=Pd0500012>. — Дата доступа: 12.03.2017.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 12.03.2017.

А.Н. Ильюкевич, Ю.В. Саланович
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **Н.Н. Ессейчикова**

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ РЕМЕСЛЕННИКОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Как отмечают в Минэкономики, за последние пять лет число белорусов, которые занимаются ремесленной деятельностью, выросло более чем в три раза.

В то же время есть ряд нерешенных проблем:

- некоторые виды деятельности, указанные в перечне видов ремесленной деятельности, схожи с видами деятельности, при осуществлении которых необходимо регистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя и уплачивать единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц;

- новацией является предоставление ремесленникам возможности продавать свои товары через интернет, что сократит их расходы, связанные с арендой торговых мест. Что касается европейских стран, то они продвинулись в решении этого вопроса намного дальше. Согласно законодательству многих европейских стран ремесленники освобождены от фиксированного налога и таможенной пошлины при реализации своих изделий за границу;

- отсутствие трудового стажа и социальной защищенности (страховые взносы в ФСЗН ремесленник может уплачивать по своему желанию), соответственно, нет также никаких отпускных, больничных, доплат;

- согласно законодательству, чтобы получить пособие по уходу за ребенком до трех лет, ремесленник должен приостановить свою деятельность, а ведь зачастую ручным трудом начинают заниматься женщины в декретном отпуске.

Для решения вышеизложенных проблем, на наш взгляд, целесообразно:

- расширить список видов ремесленной деятельности, дополнив перечни строительно-монтажными, ремонтными работами. Сегодня многие из этих работ в тени, люди при этом не защищены, не могут отстаивать свои позиции в суде;

- предусмотреть такие меры поддержки, как бесплатное предоставление помещений, консультации и т.д.;

- предусмотреть начисление стажа ремесленникам;

- проводить фестивали ремесла на международном уровне;

- взять за основу зарубежный опыт в освобождении от налога и таможенных пошлин при реализации ремесленниками своей продукции за границей.

Литература

1. Ковалевский, В. Новые виды деятельности и законная продажа в интернете [Электронный ресурс] / В. Ковалевский // Белорус. новостной портал TUT.BY. — Режим доступа: <https://finance.tut.by/news532789.html>. — Дата доступа: 01.04.2017.

А.О. Качан, А.Н. Радивоник
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **В.И. Якубович**

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На современном этапе развития мировой экономики страны с малой открытой экономикой для повышения своей конкурентоспособности переходят на инновационный путь развития. С учетом ограниченности природных ресурсов данный путь развития для Республики Беларусь может стать приоритетным. Для этого необходимо систематизированное функционирование венчурной индустрии, основными субъектами которой являются компании-стартапы и венчурные инвесторы.

Финансирование стартап-проектов является выгодным для национальной экономики. Во-первых, все крупные IT-компании страны в прошлом являлись стартап-проектами, а сейчас занимают уверенные позиции на белорусском рынке IT-услуг. Во-вторых, стартап-проекты — это рабочие места, причем, прежде всего, для молодых специалистов. В-третьих, высокая стартап-активность в стране поднимает общий профессиональный уровень бизнеса в ней.

Успешность стартап-проекта во многом зависит от наличия различных источников финансирования в стране. В зарубежных странах в качестве наиболее распространенных источников финансирования выступают личные инвестиции, представляющие собой собственные сбережения владельцев стартапов, которые чаще всего используются на стадии становления стартапов. В случае успешного завершения данной стадии привлекаются сторонние инвесторы для дальнейшего развития стартапа.

Следующим финансовым инструментом развития стартапов являются инвестиции друзей или членов семьи. Ограничений в свободе деятельности владельцев стартапов при использовании данного финансового инструмента также не существует, однако полученные деньги нужно будет возвращать.

Весьма эффективным финансовым инструментом развития стартапов является краудфандинг. На интернет-сайтах владелец стартапа представляет свой проект, объясняя его значение, уникальность и востребованность. Деньги может дать любой человек из любой точки мира в любом

количестве. В Беларуси данный финансовый инструмент только начинает развиваться. Существуют всего три площадки для краудфандинга, которые характеризуются низкой посещаемостью — Ulej.by, Talaka.by, Maesens.by.

Наиболее благоприятным источником финансирования многие считают банковский кредит. В Беларуси целевые кредиты на развитие стартапов не выдаются. Как правило, для этих целей владельцы стартапов берут либо потребительские кредиты, либо кредиты для малого бизнеса.

Еще одним нетрадиционным источником финансирования стартапов можно назвать бизнес-ангелов. В Беларуси сегодня существует только одно Сообщество бизнес-ангелов и венчурных инвесторов «БАВИН», которое на конкурсной основе отбирает инновационные проекты, проводит формирование представления об объекте инвестирования и доводит проект до заинтересованного бизнес-ангела.

Также необходимо отметить государство как один из источников финансирования стартап-проектов. Правительство Республики Беларусь провозгласило стартап-движение одним из значимых инструментов развития инновационного предпринимательства в стране. В 2017 г. планируется провести более 174 стартап-мероприятий в различных городах Беларуси, а за последние 4 года уже проведено более 600 таких проектов.

Длительный срок принятия решения об инвестировании — главный недостаток венчурных фондов, поскольку их цель — повышение капитализации каждого взятого проекта с возможностью дальнейшей перепродажи его инвесторам следующей стадии.

В Республике Беларусь удалось успешно реализовать следующие проекты:

- 1) MSQRD;
- 2) Kuku.io.

Проведенное исследование продемонстрировало, что свои сложности имеют все действующие финансовые инструменты независимо от источников финансирования, поэтому для достижения успеха владельцам стартапов следует выбирать наиболее эффективные сочетания финансовых инструментов на каждой стадии развития стартап-проектов с учетом их масштабов, сроков окупаемости, направлений деятельности.

Литература

1. Анализ действующих финансовых механизмов развития стартапов в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10324.pdf>. — Дата доступа: 02.04.2017.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОШЛИНА НА ДОПУСК К УЧАСТИЮ В ДОРОЖНОМ ДВИЖЕНИИ: ВАРИАНТЫ ТРАНСФОРМАЦИИ

«Транспортный налог» — так в Беларуси называют обязанность собственников автотранспортных средств оплачивать государственную пошлину за выдачу разрешения на допуск транспортного средства к участию в дорожном движении. Ставки пошлины зависят от разрешенной максимальной массы автомобиля и объема двигателя. Уплата пошлины является обязательным условием выдачи разрешения на допуск транспортного средства к участию в дорожном движении, за прохождение техосмотра придется платить отдельно.

Сколько водители платят в среднем — не главный показатель. Конечно, средний размер сбора на ту или иную группу людей — важный параметр распределения благ. Гораздо важнее маргинальная цена — цена, которую платят водители за еще одну поездку. Чтобы добиться приемлемой интенсивности вождения, Министерству транспорта и коммуникаций следует взимать с водителей плату за пробег. Богатые люди больше потребляют или соответственно делают больше остальных, экстернальные налоги часто перераспределяют деньги в желательном направлении. Экстернальный налог — это налог в пользу государства за побочные эффекты для окружающих.

Большая часть экологического ущерба ложится не на водителей и не на нефтяную компанию. Главная задача — заставить водителей оплачивать все издержки своих действий: они компенсировали нефтяной компании все рыночные затраты, а также они должны возместить еще и экстернальные затраты, издержки понесенные другими людьми и не покрытые ни водителем, ни нефтяной компанией.

На сегодняшний день у водителей два пути: они платят государственную пошлину или отказываются от автомобиля.

Предложим варианты законодательного решения проблемы:

- повышение акцизов на топливо;
- введение дифференцированного размера госпошлины, которая учитывает не только массу авто, но и пробег.

Повышение акцизов приведет только к ухудшению экономической ситуации, так как цена на топливо, которая зависит от акцизов, повлияет на транспортно-заготовительные расходы и на цену практически всех товаров, работ и услуг.

Второй вариант позволяет решать проблему более рационально и получать дополнительную выгоду. Он преследует то, чтобы люди платили истинную цену своих действий, включая экстерналии. Дополни-

тельным преимуществом будет уменьшение заторов на дорогах. В экстермальном налоге важен правильный баланс между удовольствием и неприятностями. Налог должен отражать стоимость побочного эффекта.

Таким образом, экстернальный налог не только повышает эффективность экономики, но и позволяет справедливо перераспределить средства, так как более богатые владельцы автомобиля платят больше, а бедные — меньше.

Литература

1. Транспортный налог [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/transportnyj-nalog>. — Дата доступа: 27.04.2017.

К.О. Минин, К.Ю. Скачко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.Г. Рудковская

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И РЕАЛИИ ДЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Четвертая промышленная революция — массовое внедрение киберфизических систем в производство, обслуживание человеческих потребностей, включая быт, труд и досуг. Эпоха «Индустрии 4.0» — это время машин. Безусловно, человеческий фактор останется базовым элементом производственного процесса, но уже в качестве стратега.

Четвертая промышленная революция зародилась в Германии. По данным официальной статистики, из 278 опрошенных компаний в Германии 131 сообщила, что уже вовлечена в «Индустрию 4.0» [1].

Перспективы четвертой промышленной революции для Республики Беларусь можно описать касательно экономики, государства, домашних хозяйств и бизнеса.

Для экономики: отрасли экономики, имеющие отношение к банковским, юридическим услугам, бухгалтерии, управлению, здравоохранению получают возможность радикально повысить качество принимаемых решений и ускорить их. По мнению экономистов, если четвертая революция осуществится в полной мере, то ожидаемый рост экономик стран составит как минимум 2 %. Вместе с тем кто-то должен будет покупать новые товары. Если цены на продукцию вырастут, то Индустрия 4.0 просто провалится [2].

Для государства: будут созданы умные города с максимально эффективными энергетическими и экологическими системами. Владельцы новых производств получают сверхдоходы, что приведет к всемирному неравенству.

Для бизнеса: в будущем технологические инновации произведут переворот в производстве, поднимут его эффективность и продуктивность в разы. Упадут цены на транспортировку и связь, также упадет стоимость торговли.

Благодаря «Индустрии 4.0» можно будет смоделировать все этапы производства и оценить их влияние. В разы повысится производительность труда, снизится себестоимость продукции. Роботизация позволит перепрофилировать самое сложное производство под конкретного заказчика в кратчайшие сроки.

Для населения (домашних хозяйств): расширятся возможности по самореализации в творческих профессиях, будут внедрены уникальные устройства, которые изменят жизнь (очки Google Glass с эффектом виртуальной реальности).

Что касается сокращения рабочих мест, то за 20 лет 47 % рабочих мест будут автоматизированы и миллионы рабочих останутся без работы. Спрос на работников с низким уровнем образования и низкой квалификацией снизится, вырастут затраты на переподготовку кадров.

В настоящее время Германия стоит на пути ускоренного развития Индустрии 4.0, однако немецкие предприятия испытывают дефицит инжиниринговых кадров и квалифицированных программистов [3]. В Республике Беларусь имеются высококвалифицированные специалисты этих специальностей. Таким образом, для внедрения и развития Индустрии 4.0 отечественные организации должны вести совместную работу в этом направлении с Германией, например, работать способом субподряда, иначе вышеуказанные специалисты плавно перетекут за границу [4, 5].

Несмотря на то что Республика Беларусь еще окончательно не вошла в третью промышленную революцию, некоторые институты производят программные продукты высокого уровня с целью повышения эффективности отечественных предприятий. Таким примером является Парк высоких технологий, обеспечивающий внедрение передовых информационных технологий на белорусских предприятиях. Объем внедрения в 2016 г. разработанного в Парке высоких технологий программного обеспечения для белорусских предприятий и организаций составил 166,6 млн руб. и увеличился по сравнению с 2015 г. в 1,6 раза.

Таким образом, четвертая промышленная революция позволит повысить эффективность и экологичность производств белорусских предприятий, снизить себестоимость продукции и, следовательно, в целом повысить конкурентоспособность экономики.

Литература

1. Дравица, В. Промышленная революция Industry 4.0 / В. Дравица, А. Курбацкий // Наука и инновации. — 2016. — № 3 (157). — С. 13–16.

2. Абсалямова, С. Четвертая промышленная революция: трансформация труда и трудовых отношений / С. Абсалямова, Т. Абсалямов // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. — Т. 6, гл. 1S3. — 2015. — С. 227–231.

3. Маркеева, А. В. Интернет вещей: возможности и угрозы для современных организаций / А. В. Маркеева // *Общество: социология, психология, педагогика*. — 2016. — № 3. — С. 42–46.

4. Семес, А. В. Индустрия 4.0 / А. В. Семес // *Deloitte AG*. — 2016.

5. Середкина, Е. В. Четвертая промышленная революция, интернет вещей и ответственные инновации / Е. В. Середкина, Н. А. Кошелева, М. Б. Гайворонский // *Евразийский союз ученых (ЕСУ)*. — 2016. — № 2 (23). — С. 134–137.

6. Республика Беларусь : стат. ежегодник 2015 г. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2017.

А.В. Пецевич, О.А. Шкленская

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Сидорова

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Актуальность темы исследования обусловлена высокой значимостью в развитии белорусской экономики иностранных инвестиций, занимающих особое место в обеспечении доступа к финансовым ресурсам, современным технологиям, инновационным товарам, а также повышению уровня жизни населения. Под иностранными инвестициями понимаются все виды вложений имущественных (денежных) и интеллектуальных ценностей иностранными инвесторами в объекты предпринимательской и других видов деятельности с целью получения последующего дохода [1, с. 350].

В 2016 г. в реальный сектор Беларуси (кроме банков) иностранные инвесторы вложили 8559,8 млн долл., объем которых по сравнению с 2015 г. снизился на 2784,5 млн долл., или почти на четверть (на 24,5 %). Основными иностранными инвесторами в 2016 г. выступали субъекты хозяйствования из России (51,5 % всех поступивших инвестиций), Великобритании (17,1 %) и Кипра (7,3 %). Среди регионов Беларуси прирост иностранных инвестиций в 2016 г. наблюдался только в Могилевской области. По сравнению с 2015 г. объем иностранных инвестиций в области вырос на 38,8 млн долл., или на 19,2 %. Наибольшее снижение объема иностранных инвестиций в 2016 г. испытывал Минск. За прошедший год инвестировано 6057,4 млн долл., что оказалось меньше 2015 г. на 1682,1 млн долл., или на 21,7 %. По итогам 2016 г. 80,9 % иностранных инвестиций, направленных в экономику Беларуси, поступили в форме прямых иностранных инвестиций, их

объем составил 6928,6 млн долл., снизившись по сравнению с 2015 г. на 312,9 млн долл., или на 4,3 %. Объем портфельных инвестиций в 2016 г. составил 2,8 млн долл., снизившись относительно 2015 г. на 2,3 млн долл., или почти вдвое (на 45,8 %). Также в 2016 г. 1628,5 млн долл. поступили в экономику Беларуси в форме прочих иностранных инвестиций, при этом их объем по сравнению с 2015 г. сократился на 2469,3 млн долл., или в 2,5 раза [2].

Основные проблемы привлечения инвестиций в экономику Республики Беларусь: нестабильность и неопределенность законодательства и регулирующих мер, особенно в области налогов, тарифов, административных процедур; финансовая нестабильность, осложняемая кризисом неплатежей; острая нехватка различной информации, необходимой иностранным инвесторам для осуществления своей деятельности; низкая доля частного сектора и высокий уровень административного вмешательства в предпринимательскую деятельность; недостаточный уровень международного сотрудничества, который приводит к снижению инвестиционных возможностей.

Возможными путями решения существующих проблем являются: совершенствование законодательства в области налогового, кредитного, валютного, таможенного регулирования инвестиций с целью обеспечения иностранным инвесторам стабильных благоприятных условий для предпринимательской деятельности; выработка долгосрочной стратегии привлечения иностранных инвестиций с определением приоритетных регионов и отраслей экономики; информационное обеспечение инвестиционной деятельности; рост темпов демонополизации и приватизации для повышения эффективности функционирования соответствующих отраслей и модернизации экономики в целом; развитие международного инвестиционного сотрудничества с ЕС, ВТО, международными финансово-кредитными организациями и рейтинговыми агентствами.

В октябре 2016 г. в опубликованном докладе Всемирного банка Республика Беларусь заняла 37-ю позицию и по сравнению с прошлыми годами значительно улучшила свое место в рейтинге (2015 г. — 51-е место, 2014 г. — 59-е место). Решение существующих проблем будет способствовать дальнейшему улучшению положения Республики Беларусь в рейтинге, что также будет способствовать росту иностранных инвестиций в экономику страны.

Литература

1. Вахрин, П. И. Инвестиции : учебник / П. И. Вахрин, А. С. Нешиной. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К^о, 2005. — 380 с.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 13.05.2017.

О.А. Поплавная
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **С.О. Наумчик** — канд. экон. наук

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЗНАЧЕЙСКОЙ СИСТЕМЫ ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На сегодняшний день белорусскими специалистами с учетом международного опыта в данной сфере разработана стратегия реформирования системы управления государственными финансами [1], в соответствии с которой ведется активная работа по обеспечению долгосрочной сбалансированности и устойчивости бюджетной системы, повышению качества управления государственными финансами.

Одной из важных мер по совершенствованию эффективности управления государственными финансами является централизация всех остатков средств государства на Едином казначейском счете (ЕКС). Следует отметить, что консолидация средств на ЕКС позволяет обеспечивать непрерывность исполнения принятых государством обязательств с учетом наполняемости бюджета, а также дает возможность их планирования на краткосрочную и долгосрочную перспективу. Первым шагом в данном направлении является перевод внебюджетных средств государственных органов и бюджетных организаций на ЕКС [2, с. 12]. Одним из перспективных направлений повышения эффективности управления ЕКС планируется консолидация средств местных бюджетов на едином казначейском счете Министерства финансов Республики Беларусь.

Вместе с тем в настоящее время в Республике Беларусь ограничена возможность формирования полноценной отчетности о движении внебюджетных средств и местных бюджетов с использованием существующих программных комплексов. Следовательно, важнейшим условием расширения ЕКС в нашей стране является внедрение современной информационной системы.

Еще одним важным направлением деятельности государственных органов в рамках повышения ликвидности ЕКС является совершенствование механизма размещения временно свободных средств бюджета, находящихся на ЕКС. На сегодняшний день такие средства размещаются на ЕКС либо в депозиты Национального банка Республики Беларусь с достаточно консервативными условиями размещения как с точки зрения размера ставок, так и сроков размещения. Альтернативой же сложившемуся механизму управления ликвидностью ЕКС, на наш взгляд, может стать внедрение принципиально нового механизма размещения бюджетных средств путем покупки (продажи) ценных бумаг по договорам РЕПО. Проведение таких операций будет способствовать увеличению свободного остатка на ЕКС, извлечению дополнительного дохода за счет размещения невостребованных средств на финансовом рынке, тем самым способствуя повышению ликвидности ЕКС и устойчивости бюджетной системы государства в целом.

Стоит отметить, что повышение эффективности управления остатками средств бюджетов представляется затруднительным в условиях отсутствия кассового плана, основанного на математических расчетах, в связи с чем актуальной является разработка методики расчета и прогнозирования размера ежедневного остатка денежных средств на ЕКС, что позволит уверенно и безопасно размещать временно свободные остатки денежных средств, не опасаясь кассовых разрывов.

Таким образом, совершенствование казначейской системы исполнения бюджета в Республике Беларусь необходимо, в первую очередь, для устойчивого развития всего государства.

Литература

1. О реформировании системы управления государственными финансами Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 дек. 2015 г., № 1080 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2015. — Дата доступа: 18.01.2017.

2. О республиканском бюджете на 2017 год : Закон Респ. Беларусь, 18 окт. 2016 г., № 431-З. — Минск : ИВЦ Минфина, 2016. — 183 с.

Л.С. Рыбаченок
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **М.А. Шклярова** — канд. экон. наук

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА BALANCED SCORECARD В НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Balanced Scorecard (BSC) — это система стратегического управления компанией на основе измерения и оценки ключевых показателей, учитывающих все существенные аспекты ее деятельности. В ее основе лежат так называемые «ключевые показатели эффективности», или KPI (Key Performance Indicator). В налоговой политике так же, как и в компании, может быть применена данная методика, однако система показателей для макроуровня будет существенно отличаться от показателей на микроуровне.

Проведение налоговой политики в любом государстве начинается с разработки плановых показателей и направлений деятельности. Главную роль на данном этапе выполняют трудовые ресурсы, так как именно с сотрудников налоговых органов начинается осуществление налоговой политики. Немаловажную роль на начальном этапе играет инфраструктура: наличие зданий для осуществления сотрудниками своих функций, технического и программного обеспечения для автоматизации и ускорения работы налоговых органов и т.д. Поэтому в первый блок показателей будут внесены показатели сферы «Инфраструктура\Сотрудники».

После анализа состояния сферы «Инфраструктура\Сотрудники» следует рассмотреть результат ее функционирования. В налоговой политике результатом работы сотрудников и использования инфраструктуры являются объем налоговых поступлений в бюджет, уровень налоговой нагрузки на экономику и т.д. Данные показатели будут сгруппированы в блок «Процессы». Так как действия сотрудников налоговых органов направлены на физических и юридических лиц, то третий блок будет представлять собой набор показателей, отражающих сферу «Плательщики».

В первом блоке «Инфраструктура\Сотрудники» для налоговой политики следует рассмотреть показатель загруженности сотрудников налоговых органов, оценить степень автоматизации их работы, а также эффективность и результативность работы налоговых и финансовых органов.

Второй блок «Процессы» описывает деятельность первого блока «Инфраструктура\Сотрудники», поэтому он будет представлен показателями, характеризующими налоговые доходы бюджета Республики Беларусь: налоговые доходы республиканского бюджета; соотношение прямых и косвенных налогов в структуре налоговых доходов консолидированного бюджета; коэффициент собираемости налогов.

Блок «Плательщики» представляет собой поле деятельности блока «Процессы». Третий блок содержит информацию о финансовом состоянии хозяйствующих субъектов государства и об условиях их функционирования. В качестве индикаторов в данной сфере используются количество плательщиков, уровень задолженности плательщиков перед бюджетом государства, а также уровень налоговой нагрузки на экономику.

Завершающий блок «Финансы\Экономика» представляет собой главную стратегическую цель проведения налоговой политики государства. В число ключевых показателей эффективности данной перспективы входят основные макроэкономические показатели государства. Самым главным из них является темп роста ВВП (в сопоставимых ценах), который отражает темпы экономического роста. Не менее важными являются показатели уровня инфляции и безработицы. Анализировать состояние государственных финансов позволит рассмотрение уровня дефицита республиканского бюджета и государственного долга (в соотношении с уровнем ВВП).

Система Balanced Scorecard для налоговой политики позволяет выявить проблемы планирования на всех этапах ее проведения. С ее помощью можно сделать вывод о том, что именно мешает достижению стратегических целей, какие меры необходимо провести, чтобы исправить имеющиеся недостатки и повысить эффективность использования имеющихся ресурсов.

Е.С. Рыхтер, Е.Д. Шелег
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **А.В. Сидорова**

РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Рынок ценных бумаг в странах с развитой рыночной экономикой развивался на протяжении многих десятилетий. В Республике Беларусь этот процесс протекает особенно трудно, что связано с преодолением препятствий, созданных старой экономической системой, и необходимостью выработки новых путей развития рыночной экономики.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современной рыночной экономике эффективный фондовый рынок рассматривается как главное национальное достояние, поскольку он является одним из основных источников финансирования инвестиций в реальный сектор экономики и значимым регулятором экономических процессов.

Следует отметить, что для функционирования рынка ценных бумаг Республики Беларусь разработана нормативно-правовая база, создана двухуровневая депозитарная система, функционирует валютно-фондовая биржа, насчитывается более 110 участников фондового рынка [1].

Необходимо учитывать существующие проблемы развития рынка ценных бумаг Республики Беларусь, однако за последний год объем выпуска акций увеличился более чем вдвое. Если в январе 2016 г. объем выпуска акций составлял 142,5 млн руб., то в январе 2017 г. он составил уже 332,6 млн руб. Объем сделок юридических лиц с облигациями за последний год сократился более чем в два раза. На 1 января 2017 г. объем выпусков акций достиг 29,2 млрд руб., что в 5 раз превышает данный показатель в 2011 г.; объем допущенных к обращению корпоративных облигаций и облигаций местных исполнительных и распорядительных органов составил 15,5 млрд руб., что в 8,1 раза выше данного показателя в 2011 г. [1].

Основными проблемами функционирования рынка ценных бумаг Республики Беларусь являются:

- организационная диспропорциональность рынка ценных бумаг, проявляющаяся в превалировании государственного сектора фондового рынка;
- отсутствие инфраструктурных институтов, в том числе инвестиционных, трастовых фондов;
- недостаточное развитие первичного рынка и низкая ликвидность вторичного;
- низкая финансовая грамотность и инвестиционная культура населения.

Возможными путями их решения являются:

- ускорение темпов приватизации и акционирования собственности путем совершенствования налогового законодательства;

- создание новых инфраструктурных институтов, в том числе инвестиционных, трастовых фондов;
- допуск физических лиц к покупке государственных краткосрочных и долгосрочных облигаций;
- разработка экономического механизма, позволяющего повысить инвестиционную активность банков и иных финансовых институтов, предоставив им более широкие права и гарантии путем стимулирования инвестиционной деятельности посредством льготного налогообложения [3].

Таким образом, развитие рынка ценных бумаг Республики Беларусь предполагает ориентацию на общемировые принципы и стандарты функционирования в целях создания необходимых условий для становления целостного, ликвидного, прозрачного и эффективного рынка, способствующего привлечению инвестиций, прежде всего, в реальный сектор экономики и интегрированного в мировой финансовый рынок.

Литература

1. Департамент ценных бумаг [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/ru/securities_department/. — Дата доступа: 16.03.2017.
2. О стратегии развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года : постановление Совета Министров Респ. Беларусь и Нац. банка Респ. Беларусь, 29 марта 2017 г., № 299/6. — Минск, 2017. — С. 47.

Н.А. Смирнов
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **И.А. Лукьянова** — канд. экон. наук

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Электронная коммерция — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

Актуальность работы заключается в том, что электронная коммерция сегодня — один из ключевых двигателей экономического роста и увеличения объемов международной торговли.

По итогам 2016 г. товарооборот маркетплейса Deal.by вырос на треть и достиг почти 60 млн руб., а количество заказов увеличилось на 17,5 %, однако в 2015 г. темпы роста были высокими: 74 и 30 % соответственно.

Средний чек покупок в интернете в конце 2013 г. составил 91 долл. США. Эта величина близка к медианному среднему чеку (то есть боль-

шая часть покупок действительно находится в районе 100 долл. США). Больше половины (51 %) всех приобретений белорусов в интернете находится в диапазоне 25–100 долл. США.

Основными причинами замедления роста считаются деноминация белорусского рубля и переводение онлайн-предпринимателей с упрощенной на общую систему налогообложения.

Нынешние налоговые условия остаются не очень привлекательными для продавцов в Интернете. Около 20 % индивидуальных предпринимателей и компаний, которые размещались на нашей площадке, вышли из интернет-бизнеса после изменений в налоговом законодательстве. Еще часть бизнеса перестала осуществлять торговлю по образцам онлайн, оставив только информационные страницы в Интернете.

Доля рынка электронной коммерции в Беларуси пока не превышает 2 % всего товарооборота в ритейле, в то время как средние цифры в развитых странах достигают 10–15 %. Это означает, что у нас большой потенциал роста e-commerce. Объем глобальной индустрии e-commerce достигнет 3,39 трлн долл. к 2022 г. только за счет мобильных платежей. С 2016 по 2022 г. объем будет расти на 33,4 % в год [2].

Принципы налогообложения ЭК должны гарантировать защиту интересов каждой страны и ее суверенитета с точки зрения налоговых поступлений, а также справедливое распределение налоговых поступлений между странами.

Важный момент в международной ЭК — определение страны, в бюджет которой будет уплачен налог.

С 2017 г. вводятся дополнительные поправки в порядке применения УСН интернет-магазинами, так с нового года не смогут применять все, кто оказывает услуги интернет-площадок.

Европейская комиссия предложила план по модернизации администрирования НДС для трансграничной электронной коммерции в Европе, что облегчит потребителям и компаниям процесс покупки и продажи товаров и услуг онлайн.

По новым нормам Беларусь будет являться местом реализации электронных услуг, если покупателем является физическое лицо, фактически находящееся на территории страны; оплачивающее такие услуги при помощи счета, открытого в белорусском банке; использующее сетевой IP-адрес устройства, зарегистрированного в Беларуси.

К ним, к примеру, относится предоставление прав на использование программ, игр, баз данных, в том числе стриминг музыки и фильмов.

В МНС поясняют, что перечень таких услуг формировался, исходя из налоговой практики Евросоюза, также учитывались подходы России, которая начинает взимать НДС с зарубежных электронных услуг с января 2017 г.

Стоит заметить, что Европейская комиссия намерена запустить общеевропейский портал для оплаты НДС онлайн. Проект станет очень полезным для ритейлеров, особенно для небольших компаний, кото-

рые продают свою продукцию за границу: теперь они смогут выполнять свои налоговые обязательства через единый портал. НДС на трансграничные продажи до 10 тыс. евро можно будет оплачивать на местном уровне.

Немаловажным является то, что, согласно новым правилам, НДС будет выплачиваться в той стране, резидентом которой является потребитель товара или услуги, что будет справедливо с точки зрения распределения доходов от налогообложения среди стран — членов ЕС.

Так, в Республике Беларусь в первую очередь необходимо дать определение понятию электронной коммерции для целей статистики и обеспечить сбор статистических данных, характеризующих ее развитие и значение в экономике.

Фундаментально проработав систему налогообложения, необходимо адаптировать отдельные налоги к существующим и все ярче проявляющимся изменениям в экономике. Отдельный важный момент — контроль над объемами международных почтовых отправлений, поскольку эти каналы поставки товаров могут стать серьезным препятствием как для развития розничной торговли отдельными группами товаров внутри страны, так и для поступлений в бюджет. Решения о повышении и понижении максимального объема ввозимых товаров, которые могут ввозиться без пошлин и налогов, а также об изменении ставок пошлин и налогов при превышении этого ограничения, должны приниматься с учетом текущего объема почтовых отправлений и состояния экономики.

Литература

1. Электронная коммерция в Беларуси. Итоги-2016 и ожидания-2017 от Максима Маринича [Электронный ресурс] // Про бизнес. — Режим доступа: <https://probusiness.by/markets/2999-elektronnaya-kommerciya-v-belarusi-itogi-2016-i-ozhidaniya-2017-ot-maksima-marinicha-deal-by.html>. — Дата доступа 26.03.2017.

2. Allied Market Research [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.alliedmarketresearch.com>. — Дата доступа: 26.03.2017.

3. В Европе изменят налоговые правила для трансграничной e-commerce [Электронный ресурс] // PaySpace Magazine. — Режим доступа: <http://psm7.com/news/v-evrope-izmenyat-nalogovye-pravila-dlya-transgraničnoj-e-commerce.html>. — Дата доступа: 26.03.2017.

Н.А. Смирнов, А.И. Климович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.В. Сорокина — д-р экон. наук

АНАЛИЗ ДОСТАТОЧНОСТИ ПРИРОДООХРАННЫХ РАСХОДОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Экологическая обстановка в мире на данный момент не может не вызывать беспокойства. Природа не выдерживает постоянного вмешательства человека в свои процессы.

Актуальность работы состоит в том, что из 17 целей Повестки дня ООН в области устойчивого развития до 2030 года по меньшей мере 9 связаны с экологией [1].

Цель работы: анализ достаточности расходов Республики Беларусь на охрану окружающей среды в текущих экологических условиях в сравнении с другими странами СНГ и Европейского Союза.

По данным некоммерческой организации «Глобальная сеть экологического следа» положение, в котором сейчас находится ряд стран нашей планеты, — неутешительное. Республика Беларусь уже несколько лет не имеет природной «биоемкости» (запаса) для покрытия ущерба, приносимого антропологической деятельностью [2].

Казалось бы, растет количество экологических проблем — растет и количество средств, вкладываемых государствами на их решение, в том числе из средств бюджета. Оказывается, не всегда.

Проведенный авторами анализ природоохранных расходов стран СНГ и Европейского Союза, был разделен на следующие составляющие: по компонентам, типам, секторам, по принципу источника финансирования.

Большую часть расходов по компонентам в странах СНГ и Европейского Союза составляют расходы на водоотведение и очистку сточных вод [3]. Применение сбалансированной структуры расходов по компонентам позволяет Республике Беларусь в большей степени, чем остальным странам СНГ, приближаться к европейской системе природоохранных расходов.

Анализ по секторам расходов выявил, что в Беларуси и Казахстане государственный сектор не расходует средства непосредственно на охрану окружающей среды: расходы осуществляются только специализированными поставщиками природоохранных услуг и сектором производства товаров и услуг, в России на государственный сектор приходится 80 % природоохранных расходов.

Авторами были сделаны следующие выводы:

- в европейском обществе ответственность за сохранность природных ресурсов формируется с раннего детства, что положительно отражается на эффективности природоохранных мероприятий. Забота об

экологии рассматривается в западном обществе как естественная социальная ответственность перед будущим поколением. В Республике Беларусь подобного рода мероприятия зачастую являются «навязанными»;

- в Европейском Союзе в сравнении со странами СНГ выстроена более развитая система финансирования расходов на охрану окружающей среды. В ней задействованы не только бюджетные средства, но и финансирование со стороны крупных корпораций и мелкого бизнеса, а также большая доля приходится на третий (некоммерческий) сектор экономики;

- на данном этапе в Республике Беларусь абсолютное большинство расходов на охрану окружающей среды покрывается из средств республиканского бюджета. В 2017 г. на охрану окружающей среды будет направлено 75 227 524,0 руб. [4]. Нарастив доходную часть бюджета, государство уменьшает расходы на охрану окружающей среды, так как постоянно находятся более «нуждающиеся» отрасли;

- имея схожие проблемы, ряд преимуществ в области природопользования со странами СНГ, Республика Беларусь должна изучать опыт европейских соседей в области охраны окружающей среды и максимально внедрять его в социально-экономическую активность государства.

Литература

1. Цели в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. — Режим доступа: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals>. — Дата доступа: 22.03.2017.

2. Ecological Footprint [Electronic resource] // Global Footprint Network. — Mode of access: <http://www.footprintnetwork.org/our-work/ecological-footprint>. — Date of access: 22.03.2017.

3. Water exploitation index [Electronic resource] // Eurostat. — Mode of access: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsdnr310&plugin=1>. — Date of access: 22.03.2017.

4. О Республиканском бюджете на 2017 год : Закон Респ. Беларусь, 18 окт. 2016 г., № 431-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2016. — 2/2429.

А.К. Уласевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Сидорова

МИРОВОЙ ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Предпосылкой мирового финансового кризиса является экономический кризис 2007–2008 гг. в США, начавшийся с краха ипотечной сис-

темы, массового банкротства банков и падения котировок акций. Можно выделить пять основных причин, на которые стоит обратить внимание для своевременного выявления подобных событий в будущем:

1. Искусственное раздувание экономики. После отмены привязки доллара к золотому запасу США он стал обеспечиваться только долговыми обязательствами страны перед своими гражданами и другими странами. Неконтролируемая эмиссия привела к росту госдолга, в частности, к 2000 г. долг вырос до 5773 млрд долл., а к концу 2016 г. — до 19 977 млрд долл. [1].

2. Структура финансового рычага американских банков. Банки инвестировали в ценные бумаги, используя заемные средства, что резко увеличивало риск банкротства. Перед началом кризиса отношение заемных средств к собственному капиталу крупнейших банков выглядело так: Bear Stearns — 35:1 [3]; Merrill Lynch — 32:1; Morgan Stanley — 33:1 [2].

3. Механизм секьюритизации, используя который банки не несли риска невозврата заемных средств и теряли заинтересованность в тщательном отборе заемщиков. Банки объединяли множество различных кредитов, создавая сложные деривативы — обеспеченные долговые обязательства (CDO). Заемщик погашает свои долговые обязательства не перед банком, а перед владельцами CDO, снижая риск участия банков в данной схеме к минимальному.

4. Сомнительность рейтинговых оценок. Standard&Poor's, Fitch, Moody's присвоили наивысший рейтинг AAA крайне рискованным CDO. Инвесторы, таким образом, получали мнимое представление о высокой надежности CDO.

5. Система страхования рисков. AIG предоставляла услуги по страхованию CDO от дефолта. Владельцы CDO покупали у AIG кредитный дефолтный своп, страхующий от дефолта по ценным бумагам или кредиту. Эти свопы не регулировались законодательно, поэтому компания не создавала страховых резервов.

В целях борьбы с кризисом были предприняты следующие шаги:

1. Содействие восстановлению банковской системы. На проведение рекапитализации банкам США было выделено 125 млрд долл., 85 млрд долл. было выделено на спасение AIG [4, с. 62–63].

2. Проведение восстановительных программ, таких как «Программа переучета коммерческих векселей (CPFF)», «Программа финансирования инвесторов рынка денег (MMIFF)» и др.

3. Переход ряда банков в государственную собственность.

4. Выступление государства гарантом по долгам спонсируемых правительством финансовых агентств.

5. Проведение мягкой денежно-кредитной политики и снижение ставки рефинансирования с 5,25 до 0,25 %, что содействовало недопущению дефляции и позволило увеличить объемы выдаваемых кредитов.

В отличие от стран Запада, в Беларуси наблюдалось увеличение ставки рефинансирования с 10,25 до 14 % к началу 2009 г. Была прове-

дена девальвация национальной валюты по отношению к доллару США (на 20 %), снижена норма обязательных банковских резервов.

Таким образом, финансовый кризис не носит локальный характер. Возникает он в странах с развитой экономикой, и, в первую очередь, оказывает негативное влияние на состояние финансового сектора, однако внутренние резервы позволяют относительно быстро восстановить экономику. Далее кризис переходит в развивающиеся страны и влияет на реальный сектор экономики, нося более затяжной характер. Меры по выходу страны из кризиса определяются уровнем экономического развития и особенностями банковской сферы.

Литература

1. Federal Debt: Total Public Debt [Electronic resource]. — Mode of access: <https://fred.stlouisfed.org/series/GFDEBTN>. — Date of access: 19.03.2017.
2. Rogene, A. Buchholz. Reforming Capitalism: The Scientific Worldview and Business [Electronic resource] / A. Buchholz Rogene. — Mode of access: https://books.google.by/books?id=MLA6iO5r58EC&pg=PA256&lpg=PA256&dq=32:1+33:1+25:1+merrill+morgan&source=bl&ots=l4pqTdDmQY&sig=3I_4S-ARM7UPk2VhRcJ6cbh2hvY&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKewixma7Ns-XSAhVCEywkHNUQoD2cQ6AEINTAA#v=onepage&q=32%3A1%2033%3A1%2025%3A1%20merrill%20morgan&f=false. — Date of access: 20.03.2017.
3. The last days of Bear Stearns [Electronic resource]. — Mode of access: http://archive.fortune.com/2008/03/28/magazines/fortune/boyd_bear.fortune/index.htm?iid=sr-link1. — Date of access: 19.03.2017.
4. Тихонов, А. О. Мировой финансово-экономический кризис: причины, факторы, направления преодоления / А. О. Тихонов. — Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2011. — 143 с.

О.В. Ходков

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.Н. Иващенко**

РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Активное участие на финансовых рынках и значительный объем инвестиционных ресурсов страховых организаций позволяют относить их к важнейшим институциональным инвесторам, одной из основных функций которых в общественном воспроизводстве является мобилизация капитала посредством страхования.

Инвестиционная составляющая страховой сферы исходит из самой специфики данного вида деятельности и обусловлена временным разрывом между сроками принятия и исполнения страховых обязательств. Посредством осуществления инвестиционной деятельности обеспечивается капитализация средств страховых резервов, что определяет доходность накопительных видов страхования.

В настоящее время инвестиционный портфель страховых организаций Республики Беларусь имеет достаточно ограниченную и несбалансированную структуру. Согласно нормам, закрепленным в Положении о порядке осуществления инвестиций и размещения средств страховых резервов страховыми организациями [1], средства страховых резервов страховых организаций могут инвестироваться в государственные ценные бумаги, ценные бумаги Национального банка, ценные бумаги открытого акционерного общества «Банк развития Республики Беларусь», за исключением акций, по согласованию с Министерством финансов, ценные бумаги местных исполнительных и распорядительных органов, ценные бумаги юридических лиц Республики Беларусь, в том числе банков (кроме акций и векселей, за исключением простых и переводных векселей банков), драгоценные металлы, за исключением их лома и отходов, с размещением их в банках Республики Беларусь. Данным законодательным актом также устанавливаются минимальные и (или) максимальные размеры размещения средств страховых резервов по различным направлениям [1]. Во многих экономически развитых странах мира практика установления минимальных пределов размещения средств страховых резервов не применяется, а инвестиционный портфель данных организаций значительно шире, что позволяет им занимать значительную часть рынка инвестиционных активов.

На данный момент инвестиционные ресурсы страховых организаций Республики Беларусь можно расценивать скорее как источник финансирования бюджетных расходов, нежели фактор экономического роста.

Таким образом, можно сделать вывод, что основным фактором, сдерживающим инвестиционный потенциал страховых организаций Республики Беларусь, является законодательная база, регулирующая инвестиционную деятельность страховых организаций. Основные направления решения данной проблемы видятся в максимальном расширении инвестиционного портфеля страховых организаций, а также отмене минимальных ограничений инвестирования средств в государственные краткосрочные облигации и размещения средств на счетах в государственных банках.

Литература

1. Об утверждении Положения о порядке осуществления инвестиций и размещения средств страховых резервов страховыми организациями : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 дек. 2006 г., № 1750 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2007. — 5/24459. текст по состоянию на 6 мая 2017 г.

И.А. Шарко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.Н. Иващенко**

МЕТОДИКА СТРАХОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ РИСКОВ НА ОСНОВЕ ИНДЕКСА УРОЖАЙНОСТИ

Индексное (параметрическое) страхование — это альтернативная традиционному форма страхования, которая предусматривает страховые выплаты на основании изменения уровня специально построенного индекса, а не оценки индивидуального ущерба, нанесенного объекту страхования. В сельском хозяйстве получило распространение параметрическое страхование на основе индексов погоды, урожайности, дохода и вегетации [2].

Рассмотрим подробнее методику сельскохозяйственного страхования на основе индекса урожайности, который представляет собой средний уровень урожая, полученного в определенном регионе за длительный период времени (как правило, 20–30 лет). По результатам исследования российской практики сельскохозяйственного страхования [1] нами разработан алгоритм расчета необходимых для осуществления индексного страхования параметров (см. рисунок).



Алгоритм расчета параметров страхования сельскохозяйственных рисков на основе индекса урожайности

Если фактическая урожайность ниже уровня среднееголетней, это говорит о наступлении страхового случая. Следует рассмотреть два варианта дальнейших действий в зависимости от сложившихся условий:

1) фактическая урожайность ниже или равна минимальной урожайности (выплачивается вся страховая сумма в полном объеме);

2) фактическая урожайность ниже среднееголетней урожайности, но выше минимальной урожайности (производится расчет страхового возмещения). Страховое возмещение определяется как произведение отклонения фактической урожайности от среднееголетней урожайности, умноженное на цену страхового возмещения.

На базе отклонений строится шкала выплат на каждую единицу недополученного урожая до минимального (катастрофического) уровня. Таким образом, страховым случаем при страховании на основе индекса урожайности является ситуация, когда фактическая урожайность ниже уровня среднееголетней урожайности. Соответственно, чем ближе уровень фактической урожайности к минимальной урожайности, тем выше сумма страхового возмещения.

Как показывает проведенное нами исследование, индексное страхование — действительно эффективная и доступная система сельскохозяйственного страхования. Грамотная система страхования сельскохозяйственных рисков — залог финансовой устойчивости сельхозпроизводителей, что обеспечивает стабильность всего сельскохозяйственного сектора, а значит и экономики страны в целом.

Литература

1. Агибалов, А. В. Индексное страхование урожайности сельскохозяйственных культур / А. В. Агибалов, О. А. Образцова // Вестн. Воронеж. гос. аграр. ун-та. — 2013. — № 2. — С. 305–312.
2. Index insurance — Enabler for agricultural risk transfer [Electronic resource] // Munich RE. — Режим доступа: <https://www.munichre.com/en/re-insurance/business/non-life/agro/solutions/index-insurance/index.html>. — Дата доступа: 06.04.2017.

Секция 4

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

*А.С. Александрова, Е.А. Севко
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель Г.С. Кузьменко — канд. экон. наук

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ ПРИМЕНЕНИЯ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

Популярность созданной в 2009 г. криптовалюты «Биткойн» вызвала интерес к технологии блокчейн, первоначально разработанной для обеспечения функционирования этой цифровой валюты. Постепенно интерес к данной технологии начали проявлять банки, корпорации и государства, и в настоящее время разрабатываются и внедряются другие проекты ее использования, в первую очередь в финансовой сфере.

Блокчейн представляет собой технологию надежного распределенного хранения достоверных записей обо всех транзакциях участников системы в виде «цепочки блоков» [1]. Информация существует как общая и постоянно сверяемая база данных, копии которой хранятся на всех компьютерах участников системы, т.е. записи хранятся публично, легко проверяются и не могут быть изменены отдельными участниками. Не существует централизованной версии этой информации, уязвимой к хакерским атакам.

Растущий интерес к блокчейну со стороны финансовых институтов обусловлен рядом его достоинств: универсальностью технологии; абсолютной прозрачностью цепочек транзакций, их защитой от изменений; сокращением издержек операций. Проверка транзакций всеми участниками системы дает возможность упростить их процедуру, избавиться от посредников и значительно снизить риски. Надежность технологии блокчейн подтверждается на практике, ведь с начала использования биткойна в механизме его функционирования не возникло никаких существенных сбоев. Вместе с тем блокчейну присущи и недостатки: сложность хранения и синхронизации баз транзакций, использование технологии для незаконных операций в связи с ее анонимностью, трансграничностью и глобальностью и т.д.

Для внедрения блокчейна в финансовую сферу в 2014 г. был создан консорциум R3, состоящий из более чем 45 крупнейших финансовых компаний мира. Он определил основные сферы, в которых будет осуществляться разработка блокчейн-проектов: межсистемная операционная совместимость, платежи, расчеты, финансирование торговли, корпоративные облигации, операции репо, свопы, страхование [2]. В настоящее

время консорциумы R3, DAN, QIWI (суммарно около 100 финансовых институтов) активно занимаются инфраструктурными разработками в данной сфере. Согласно опросу, проведенному компанией IBM в 2016 г., 14 % из 200 крупнейших небанковских финансовых организаций собираются использовать технологию блокчейн уже к концу 2017 г. [1].

В Беларуси также ведутся исследования в области применения технологии блокчейн, поскольку она позволяет автоматизировать и значительно удешевить все виды финансовых услуг. Так, Национальный банк Республики Беларусь начал реализацию двух проектов с использованием технологии блокчейн: разработка реестра банковских гарантий и реестра сделок с ценными бумагами. Рассматривается возможность применения технологии для электронных аукционов и продажи государственной собственности. Препятствуют использованию блокчейна отсутствие законодательной базы, неготовность участников рынка к использованию данной технологии, необходимость достижения консенсуса между участниками системы по многим вопросам ее функционирования. Вместе с тем внедрение технологии блокчейн в республике имеет, на наш взгляд, широкие перспективы, поскольку это приведет к повышению эффективности государственного управления в финансовой сфере, уменьшению стоимости транзакций, обеспечению их надежности и безопасности.

Литература

1. Блокчейн (Blockchain) [Электронный ресурс] // Tadviser. Государство. Бизнес. ИТ. — Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/>. — Дата доступа: 30.03.2017.
2. Восемь основных направлений блокчейна в банках от консорциума R3 [Электронный ресурс] // Информационное агентство «Банкир.ру». — Режим доступа: <http://bankir.ru/publikacii/>. — Дата доступа: 01.04.2017.

Г.С. Белова

Минский финансово-экономический колледж (Минск)

Научный руководитель Л.В. Рассолько

ЛИЗИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ, ИХ РОЛЬ И РАЗВИТИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В век новых технологий и быстрого развития юридические лица ищут наиболее выгодные условия ведения бизнеса с минимальными затратами и максимальной экономией времени и своих денежных средств. При активном внедрении лизинг может стать мощным импульсом технического перевооружения производства, структурной перестройки экономики, насыщения рынка высококачественными товарами. Эф-

фективность лизинговых сделок, достигаемая в результате их применения в хозяйственной практике, состоит в активизации инвестиционного процесса, улучшении финансового состояния организаций-лизингополучателей, повышении конкурентоспособности среднего и малого бизнеса.

Целью данной работы является изучение основных аспектов и видов лизинговой деятельности, выявление его экономических особенностей.

Исходя из цели, необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть роль лизинга в современной экономике;
- изучить разнообразие видов лизинга;
- рассмотреть рынок лизинговых услуг в Республике Беларусь и его перспективы.

По сравнению с зарубежными экономически развитыми странами в Республике Беларусь лизинговые отношения имеют недостаточно высокий уровень развития, в том числе малый финансовый потенциал отечественных лизинговых компаний, способных заниматься продвижением белорусской продукции на отечественный и мировой рынки на условиях лизинга. В числе субъективных причин необходимо отметить слабую заинтересованность и информированность потребителей о принципах функционирования механизма лизинга.

Дальнейшее развитие лизинга во многом зависит от государственной политики, законодательной базы, возможности предоставления некоторых льгот (инвестиционных и др.) лизинговым компаниям.

В перспективе лизинг, в том числе и потребительский, как одна из рыночных и высокорентабельных форм, может дать рост общих объемов инвестиций в республике и реально расширить выбор методов и способов хозяйствования для организации материальной сферы.

Литература

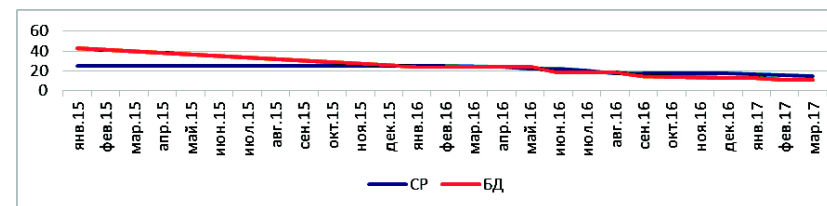
1. Акулич, М. Лизинг и франчайзинг / М. Акулич // Маркетинг: идеи и технологии. — 2016. — № 5. — С. 16–20.
2. Бойко, А. С надеждой на светлое будущее / А. Бойко // Финансы, учет, аудит. — 2015. — № 11. — С. 30–32.
3. Конюхова, О. В. Банковское дело Республики Беларусь : практ. пособие / О. В. Конюхова. — Минск : Амалфея, 2016. — 331 с.
4. О вопросах регулирования лизинговой деятельности : Указ Президента Респ. Беларусь, 25 февр. 2014 г., № 99 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2014. — № 10 — 1/14857.

С.Б. Берзинь, Я.К. Лавринович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель С.С. Осмоловец — канд. экон. наук

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ С ЗАДАННОЙ ДОХОДНОСТЬЮ

На финансовом рынке Республики Беларусь крайне недостаточно инструментов, которые бы обеспечивали высокую доходность и приемлемый уровень риска. Кроме того, имеющиеся инструменты постепенно теряют свою привлекательность по причине уменьшения процентных ставок вследствие снижения ставки рефинансирования Национальным банком (см. рисунок).



Ставки рефинансирования и средняя процентная ставка по новым депозитам физических лиц на срок до 1 года [1]

Популярным среди инвесторов инструментом являются корпоративные облигации и акции, однако облигации с максимально высокими ставками недоступны массовому инвестору из-за небольших объемов эмиссии, а рынок акций в Республике Беларусь практически отсутствует.

Таким образом, была поставлена задача формирования инвестиционного портфеля с заданной доходностью 12 %, используя финансовые инструменты российского рынка, в каждый инструмент будет направлена определенная доля инвестиционного портфеля.

Первым из инструментов являются инвестиционные паи паевых инвестиционных фондов (4 фонда — 40 %), среди которых такие ПИФы, как УРАЛСИБ Энергетическая перспектива, Райффайзен — Электроэнергетика, Газпромбанк — Индекс ММВБ — Электроэнергетика, ВТБ — Фонд электроэнергетики. В эти ПИФы входят фонды акций, прирост пая каждого из которых составляет более 100 %. Преимущества ПИФов выражаются в первую очередь в доходности управляющих компаний, минимальных рисках управления, диверсификации вложения и льготном налогообложении [2].

Еще одним инструментом выступает фьючерс на валютную пару курс Доллар США/Российский рубль (Si-6.17) -10 % (продажа). Выбор данного финансового инструмента обусловлен прогнозами темпов роста

мировой экономики в 2017 г., а также решением ОПЕК о сокращении добычи нефти и контроле за ее экспортом.

Также в инвестиционный портфель входят акции компаний, обеспечивающих дивидендную доходность (3 эмитента: «Мечел ап», «Алроса», «Мостотрест» — 25 %). Каждая из компаний является ведущей в своей отрасли и по прогнозам на 2017 г. обеспечит дивидендную доходность более 6 %, даже при неблагоприятном развитии событий [3]. Акции растущих компаний с высокой рыночной доходностью (ОАО «Аэрофлот», ОАО «Мосэнерго», «X5retail group») — 25 %, которая составит от 170 до 260 %, также входят в инвестиционный портфель с заданной доходностью [3].

Сформированный инвестиционный портфель является умеренным и низкорисковым, вывод о его перспективности сделан на основе анализа доходности каждого из представленных инструментов.

Литература

1. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://nbrb.by/>. — Дата доступа: 01.04.2017.
2. Информационный ресурс Investfunds [Электронный ресурс] // Информационное агентство Cbonds.ru. — Режим доступа: <http://pif.investfunds.ru/funds/rate.phtml>. — Дата доступа: 01.04.2017.
3. Информационный ресурс Investfunds [Электронный ресурс] // Информационное агентство Cbonds.ru — Режим доступа: <http://stocks.investfunds.ru/stocks>. — Дата доступа: 01.04.2017.

Л.К. Болдовская, А.А. Корнеевко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Ж.В. Бобровская — канд. экон. наук

ВНЕДРЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО ФОРЕКСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рынок Форекс представляет собой мощную и независимую финансовую площадку. Он дает возможность быстро и удобно обменивать валюты по выгодным курсам, а также использовать свои знания, талант и опыт для преумножения инвестированных средств. Теперь на эту площадку официально попадает и Республика Беларусь. Такое понятие, как «банковский Форекс», стали использовать не так давно. Банки на валютных торгах являются основными поставщиками ликвидности. Они заметили интерес частных лиц к Форексу и увидели в этом перспективы для бизнеса.

Банковский Форекс — это торговля на международном валютном рынке через банк, который выполняет роль брокера. Клиент может посчитать, что дилинговые центры не внушают доверия, а компании, специализирующиеся на брокерских услугах, не столь надежны [1].

Преимущества банков на Форексе:

- всегда обладают необходимыми лицензиями, контролируются государственными и независимыми регуляторами рынка;
- страхуют депозиты своих клиентов;
- самостоятельно участвуют в межбанковской торговле и имеют большое количество надежных поставщиков котировок;
- регистрируются не в офшорах;
- доходы у банка значительно выше, чем у дилинговых центров. Как следствие, банки могут гарантировать выплату профита трейдерам [2].

В Беларуси первая банковская форекс-площадка МТBankFX начала работу с 12 июля 2016 г. Это совместный проект МТБанка и швейцарского DukascopyBankSA.

В отличие от многих уже существующих форекс-площадок в Беларуси, МТBankFX предоставляет прямой доступ на открытый рынок Форекс.

Трейдеры получают доступ к чистым котировкам международных поставщиков ликвидности — крупнейших банков США и Европы — по технологии ECN на абсолютно прозрачных условиях.

Банк гарантирует простоту вывода средств: 95 % средств могут быть возвращены на платежную карту трейдера в течение одного рабочего дня, полный вывод средств может занять до двух рабочих дней [3].

Также следует помнить о налоговой льготе, которая будет действовать до марта 2019 г. В соответствии с Указом Президента № 231 весь полученный доход освобождается от налогообложения [3].

Проблемы банковского Форекса в Республике Беларусь:

- перевод и возврат денежных средств осуществляется с комиссией;
- невысокая финансовая грамотность населения;
- низкие доходы населения;
- высокие банковские, валютные и другие.

Перспективы развития банковского Форекса в Республике Беларусь:

- привлечение опытных иностранных брокеров;
- законодательное установление налоговых льгот;
- отсутствие ограничений кредитного плеча в законодательстве;
- вступление на Форекс иных банков-участников с целью создания конкуренции.

Литература

1. MegaFX [Электронный ресурс] // 1c Консалтинг. — Режим доступа: <http://consulting.1c.ru/journal-article.jsp?id=445>. — Дата доступа: 28.03.2017.
2. The best Forex [Электронный ресурс] // The Best Forex. — Режим доступа: <http://forexluck.ru/brokers-foreks/1766-bankovskiy-forex>. — Дата доступа: 28.03.2017.
3. МТБанк [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.mtbank.by/about/newspage/v-belarusi-zarabotala-pervaja-bankovskaja>. — Дата доступа: 28.03.2017.

А.А. Борщева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Т.И. Леонович** — канд. экон. наук

АУТСОРСИНГ КАССОВО-ИНКАССАТОРСКИХ УСЛУГ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время в Беларуси действуют 24 банка и 3 небанковские кредитно-финансовые организации. Из них 9 банков и 1 НКФО имеют специальные разрешения (лицензии) Национального банка Республики Беларусь на оказание услуг по инкассации и перевозке ценностей и 9 банков имеют специальные разрешения (лицензии) Национального банка Республики Беларусь только на оказание услуг по перевозке ценностей.

Основные игроки рынка услуг инкассации среди банков по состоянию на 2017 г. это ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Белагропромбанк». В структуре расходов службы инкассации этих банков преобладают такие статьи, как расходы на оплату труда и начисления (более 50 %) и расходы по эксплуатации земельных участков, зданий и сооружений, прочих основных средств и материалов (около 20 %). Стоит заметить, что основным доходом кассово-инкассаторской службы является выручка от реализации услуг, то есть зависит от размера тарифа, установленного организацией. Средние тарифы ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Белагропромбанк» являются низкими, а кассово-инкассаторская деятельность — убыточна. Расходы по инкассации и перевозке покрываются доходами от других прибыльных видов деятельности.

Возможным выходом из сложившейся ситуации представляется создание специализированной кассово-инкассаторской компании и вывод функций по перевозке и инкассации денежных средств на аутсорсинг.

Аутсорсинг (от англ. *outsourcing* — внешний источник) — передача организацией определенных бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области.

Реальными выгодами банка от аутсорсинга операций по инкассации и перевозке ценностей являются освобождение менеджмента от непрофильных функций и концентрация на основных стратегически важных направлениях, снижение операционных расходов за инкассирование подразделений банка более чем на 30 % и исключение капитальных затрат на содержание собственной службы инкассации, оптимизация ресурсов и реализация скрытых резервов и др.

Преимущество аутсорсинга инкассационных операций прежде всего основано на эффекте масштаба, обеспечиваемом оптимизацией маршрутов и ликвидацией дублирующих функций двух служб инкассации. Максимальный эффект масштаба достигается при синергии двух равных партнеров. Тогда основная формула эффекта масштаба ($1 + 1 = 3$) становится реальностью.

Таким образом, целесообразность вывода кассово-инкассаторских функций на аутсорсинг подтверждается расширением рынка этого вида услуг и успешным развитием крупнейших мировых инкассаторских компаний: Brink's, Loomis, Prosegur и др.

Литература

1. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by>. — Дата доступа: 02.04.2017.
2. *Титов, Р.* Аутсорсинг функций центрального банка в сфере наличного денежного обращения / Р. Титов // Банк. весн. — 2014. — № 10.
3. *Брайан Хейвуд, Дж.* Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ = Outsourcing Dilemma, The: The Search for Competitiveness / Дж. Брайан Хейвуд. — М. : Вильямс, 2004. — 376 с.
4. *Лунтовский, Г.* Назрела необходимость объединения перевозчиков денежных средств / Г. Лунтовский // Вестник конференции. — 2015. — № 10. — С. 3–5.
5. Официальный сайт ОАО «АСБ Беларусбанк» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://belarusbank.by>. — Дата доступа: 02.04.2017.
6. Официальный сайт ОАО «Белагропромбанк» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belapb.by>. — Дата доступа: 02.04.2017.

В.А. Долгачева, В.А. Топоркова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Г.С. Кузьменко** — канд. экон. наук

РАЗВИТИЕ СТРУКТУРИРОВАННЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ КАК ИНСТРУМЕНТОВ СБЕРЕЖЕНИЙ

Структурированный инвестиционный продукт (СИП) представляет собой сложный комплексный финансовый инструмент с фиксированной доходностью и заранее определенным сроком действия, который базируется на более простых финансовых инструментах. Его можно представить в виде портфеля, который включает, например, два инвестиционных инструмента: один дает возможность снизить риски инвестирования, а второй, более рискованный, обеспечивает доходность. Таким образом, использование СИП позволяет инвестору получить более высокий доход, чем по банковским вкладам, при сопоставимой гарантии сохранности средств [1].

Структурированные инвестиционные продукты появились в 1970-е гг. и в настоящее время широко распространены на финансовых рынках Европы и США. В отдельных европейских странах объем инвестиций в СИП сопоставим с объемами вложений в акции. Развитие рынка СИП стимулирует увеличение объемов сбережений, направляемых на инвестиционные цели.

Перспективы развития СИП в Республике Беларусь зависят в первую очередь от спроса на эти инструменты со стороны населения как основного сберегателя. В настоящее время перечень инструментов сбережений в нашей стране очень ограничен. Основной формой накопления и сбережения средств населения выступают вклады (депозиты). Их объемы стабильно растут, несмотря на тенденции снижения процентных ставок по депозитам в национальной и иностранной валютах, поскольку они являются самым надежным инструментом размещения денежных средств. Следует отметить, что рост наблюдается не только в абсолютном выражении, но и в относительном: за период 2011–2016 гг. отношение депозитов населения к ВВП Республики Беларусь увеличилось с 7,73 до 20,44 %, при этом преобладают вклады в иностранной валюте. На конец 2016 г. один вкладчик в среднем разместил в банковский вклад: в национальной валюте — 2,39 тыс. руб., в иностранной валюте — 5,88 тыс. долл. США [2].

Инструментами сбережений средств населения также выступают ценные бумаги и драгоценные металлы. Традиционные инструменты рынка ценных бумаг, в частности облигации, слабо используются населением для инвестиций, что обусловлено низким уровнем развития самого рынка ценных бумаг, узким спектром его инструментов и т.д. Рынок золота в Беларуси также находится на стадии становления, а условия приобретения золотых слитков у Национального банка в настоящее время крайне невыгодны для населения.

Таким образом, можно сделать вывод, что у Республики Беларусь есть потенциал для развития рынка СИП, однако для его формирования необходимо решение ряда задач: разработка необходимой теоретической, методической и базы; создание финансовыми институтами специальных отделов для работы с СИП; подготовка специалистов по работе с этими продуктами; организация работы по информационному обеспечению СИП — объяснение инвесторам преимуществ и особенностей обращения данных финансовых инструментов.

Необходимость развития рынка СИП обусловлена также тем, что к 2025 г. планируется создать единый финансовый рынок в рамках ЕАЭС. В этих условиях для обеспечения конкурентоспособности финансового рынка Беларуси и его развития необходимо внедрять новые финансовые инструменты, в том числе структурированные инвестиционные продукты.

Литература

1. Янковский, Д. И. Структурированные инвестиционные продукты как инструмент управления финансовыми активами частных лиц / Д. И. Янковский, М. Ю. Гинзбург // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — 2016. — № 24 (306). — С. 51–64.

2. Ежеквартальное обследование по программе «Знай своего клиента» в отношении привлечения срочных банковских вкладов (депозитов) физи-

ческих лиц за I квартал 2016 г. [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/KYC/kyc_2016_1.pdf/. — Дата доступа: 23.03.2017.

А.В. Зыкина, Т.В. Гайдукевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель С.С. Шмарловская

ПРОБЛЕМНЫЕ АКТИВЫ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Ухудшающееся качество активов в банковском секторе и его влияние на устойчивость функционирования белорусских банков становится актуальной и широко обсуждаемой в экспертном сообществе проблемой.

Наиболее значимым риском для устойчивой работы банковского сектора является кредитный риск. Причинами нарушения устойчивого функционирования банков в Республике Беларусь могут быть высокая закредитованность предприятий, спад экономической активности, ухудшение финансовых показателей корпоративного сектора.

Национальный банк относит к проблемным те активы, которые подвержены кредитному риску, классифицированные по 3–5 группам риска (к 1-й группе относят наиболее надежные активы, к 5-й группе — наименее надежные). В 2015–2016 гг. объем проблемных активов белорусских банков существенно возрос. В 2015 г. их величина увеличилась с 1445,0 млн руб. до 2767,2 млн руб., в 2016 г. темп их прироста заметно ускорился — до 6013,3 млн руб., в 2017 г. произошло снижение до 5220 млн руб. Доля проблемных активов банков в активах, подверженных кредитному риску, выросла с 4,4 % на начало 2015 г. до 6,8 % на 01.01.2016 г. и 14,8 % на 01.09.2016 г.

Причиной быстрого роста проблемных активов банковского сектора стало ухудшение экономической конъюнктуры и финансового состояния предприятий реального сектора экономики. Заметим, что фундаментальной причиной роста проблемных активов в банковском секторе является кризис централизованной экономики, воплощенный в низкой эффективности государственного сектора, падении конкурентоспособности отечественных предприятий. Значительное ухудшение качества банковских активов представляет собой неэффективное функционирование банковского сектора, основанного на директивном распределении кредитных ресурсов.

В ходе распоряжения проблемными банковскими активами применяют два основных подхода: централизованный и децентрализованный.

Централизованный подход основывается на переводе проблемных долгов в созданное для этих целей государственное агентство по управлению активами, на которое возлагаются функции взыскания проблем-

ных долгов и часто реструктуризации неплатежеспособных предприятий. Децентрализованный подход предусматривает рекапитализацию банков, имеющих проблемную задолженность. Для банков устанавливаются жесткие бюджетные ограничения. Банки в полном объеме формируют резервы по проблемным активам и самостоятельно осуществляют комплекс мер по взысканию задолженности.

В Республике Беларусь до недавнего времени отсутствовал целостный подход к управлению проблемными банковскими активами. После создания Банка развития в процессе управления проблемными банковскими активами стали появляться элементы централизованного подхода.

Новым решением в данной сфере является создание в 2016 г. Агентства по управлению активами, основной задачей которого является приобретение у банков (ОАО «Белагропромбанк» и Банка развития) кредитов, предоставленных сельскохозяйственным организациям (подлежащим досудебному оздоровлению либо в отношении которых необходимо проведение процедур экономической несостоятельности), а также обслуживание этих кредитов.

На наш взгляд, основная проблема к подходам, используемым государством в последнее время для решения проблемы «плохих» кредитов — это то, что они в большей степени нацелены на текущее, а не долгосрочное решение рассматриваемой проблемы. Долгосрочное решение проблемы лежит в плоскости создания рыночных стимулов в деятельности банков и предприятий. Рекапитализации банков, контролируемых государством, и спасения неплатежеспособных государственных предприятий путем приобретения у банков их проблемной задолженности не способствуют возникновению таких стимулов.

Решением проблемы может выступить совмещение централизованного и децентрализованного подходов. Реформа государственных предприятий, направленная на повышение их эффективности и вывод с рынка нежизнеспособных компаний, будет снижать потребность в их поддержке со стороны государства, в том числе за счет предоставления директивных банковских кредитов. Ликвидация директивного кредитования в свою очередь будет способствовать ужесточению бюджетных ограничений для предприятий и создавать необходимые стимулы для их реструктуризации и повышения эффективности.

Все это позволяет нам сделать вывод о том, что долгосрочное решение проблемы «плохих» активов в банковском секторе возможно исключительно тогда, когда такая реформа поддерживается структурными преобразованиями в реальном секторе экономики.

В.И. Каминская, Д.В. Милош
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **К.А. Забродская** — канд. экон. наук

СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Применение современных электронных платежных инструментов и средств платежа с целью расширения сферы безналичных расчетов и повышения эффективности банковских продуктов и услуг является ключевым направлением развития цифрового банкинга и финансового рынка Республики Беларусь. Высокие темпы роста открытия электронных кошельков по сравнению с эмиссией банковских платежных карточек на начало 2014–2015 гг. (табл. 1) подтвердили востребованность электронных денег (ЭД) в национальной экономике, что актуализировало тему исследования.

Таблица 1

Показатели развития электронных денег и банковских платежных карточек, %

Показатель	Год	
	2014	2015
Ежегодный темп роста электронных кошельков	127,97	135,82
Ежегодный темп роста эмиссии банковских платежных карточек	113,19	104,56

Источник: собственная разработка на основе статистических данных Национального банка Республики Беларусь.

В настоящее время (по состоянию на 01.05.2017 г.) в нашей стране функционируют следующие системы расчетов с использованием электронных денег (СРЭД): WebMoney, EasyPay, Берлио, МТС Деньги, iPay, Belqi, Wallet one, Qiwi, которые позволяют осуществлять широкий спектр операций: переводы в рамках указанных систем, оплата за товары в электронных магазинах, коммунальные услуги, услуги телевидения, интернет-доступа и связи, услуги автозаправочных станций и др.

Вследствие социально-экономической значимости СРЭД важной задачей является комплексная оценка их рыночной привлекательности.

С этой целью нами разработана методика, включающая рекомендации:

- по формированию системы показателей развития СРЭД (интернет-узнаваемость; способы регистрации; время перевода ЭД; возможности; бесплатные операции; минимальный и максимальный размер комиссии; системы, на валюту которых возможен обмен; количество

и виды эмитируемых валют; уставный фонд и обязательства учредителя; территория распространения; способы покупки электронных денег; доступность; информационная безопасность);

- по разработке комплексного индекса рыночной привлекательности СРЭД (Index of market attractiveness, *ИМА*) (1) на основе сформированной системы показателей и комбинации экономико-математических методов оценки:

$$ИМА = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n-1} I_i I_{i+1} + I_n I_1}{n}}, \quad (1)$$

где I_i — относительный (нормированный) i -й показатель развития СРЭД; n — количество показателей развития СРЭД;

- по использованию инструментария оценки и анализа рыночной привлекательности СРЭД, позволяющего с помощью построенных индекса рыночной привлекательности СРЭД, рейтинга (табл. 2), «многоульников конкурентоспособности» и регрессионных моделей определить конкурентные позиции, преимущества СРЭД и разработать рекомендации по применению передового опыта и совершенствованию развития национального рынка ЭД.

Таблица 2

Оценка состояния развития СРЭД в Республике Беларусь в 2017 г.

Показатель	Web-Money	Easyruy	Берлио	МТС Деньги	iPay	Belqi	Wallet one	Qivi
ИМА	0,573	0,389	0,426	0,492	0,339	0,581	0,558	0,763
Рейтинг	3	7	6	5	8	2	4	1

Источник: собственная разработка.

Полученные результаты исследования позволили сделать вывод, что наиболее привлекательной является система расчетов с использованием электронных денег Qiwi, чей опыт целесообразно перенимать другим системам. В частности, повышать скорость осуществления расчетов, упрощать процесс регистрации, расширять виды эмитируемых валют, устанавливать оптимальные тарифы и внедрять единые стандарты безопасности, что повысит устойчивость и эффективность функционирования рынка электронных денег и обеспечит конкуренцию между системами расчетов.

А.А. Кичкайло, К.Б. Дамарад
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Л.К. Голенда — канд. экон. наук

ДАТА-ЦЕНТРЫ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

С каждым днем объемы обрабатываемой информации увеличиваются пропорционально развитию информационных технологий, росту оборотов крупных компаний и банковских структур. Тенденция к информатизации находит отражение в повседневной жизни населения и в экономической деятельности. Количество совершаемых экономических операций ежегодно растет, а значит, увеличивается потребность в хранении и обработке информации о данных операциях, о состоянии активов и пассивов. На сегодняшний день одним из наиболее удобных, эффективных и надежных специализированных учреждений для хранения и обработки информации является дата-центр.

Выгодное географическое положение Республики Беларусь, высокий уровень квалификации ИТ-специалистов, их отличная репутация на мировой арене являются хорошим подспорьем для развития сферы телекоммуникаций, обеспечивающей создание необходимой инфраструктуры для функционирования ИТ-отрасли. Несмотря на это, белорусский рынок дата-центров сегодня развит слабо. В стране существует лишь 3 центра обработки данных, один из которых находится в процессе строительства (для сравнения: в России функционируют 47, в Украине 32, в Польше 31 дата-центр).

Наша страна имеет достаточный потенциал для развития дата-центров. Подтверждением этому может послужить то, что в рейтинге ООН 2016 г. по уровню развития телекоммуникационной инфраструктуры Беларусь по сравнению с 2008 г. поднялась с 84-го на 48-е место, т.е. на 36 позиций вверх. Кроме того, услуги белорусских дата-центров востребованы не только на внутреннем, но и на внешнем рынке. Так, экспорт телекоммуникационных услуг в Беларуси растет и в 2016 г. составил 189 млн долл. США (темп роста — 105 %).

Кроме того, развитию рынка дата-центров способствует и благоприятная макроэкономическая среда, которую позволяет оценить PEST-анализ. В процессе данного анализа определяются основные макроэкономические факторы, способные оказать влияние на деятельность дата-центра. Таким образом мы выяснили, что развитие и проникновение интернета, являющееся основным технологическим фактором влияния, приведет к повышению спроса на телекоммуникационные услуги по причине того, что именно дата-центры создают необходимую инфраструктуру для осуществления передачи данных, а следовательно, и функционирования интернета. Проникновение интернета, в свою очередь, предполагает предоставление телекоммуникационных услуг большому количеству людей, а поскольку охват рынка расширяется, это

приведет к повышению требований к уровню сервиса, например, более высокой надежности хранения данных для некоторых из появившихся клиентов. Развитие интернета даст основание для более высоких темпов роста ИТ-отрасли, что является основным экономическим фактором влияния. К тому же предполагается ослабление государственного регулирования деятельности дата-центров, в частности, обсуждается возможность отмены лицензирования деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на большое количество центров обработки данных в соседних странах, Республика Беларусь имеет большой потенциал к созданию собственных дата-центров. Уровень информатизации в стране увеличивается с каждым годом, следствием чего становится повышение требований к уровню сервиса при хранении и обработке данных. Строительство же подобных хранилищ в Беларуси может стать отправной точкой на пути к созданию более современной и эффективной ИТ-инфраструктуры, соответствующей общемировым стандартам.

*А.И. Климович, Н.А. Смирнов
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель Г.Н. Петрашко — канд. экон. наук

ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

В наше время инновации важны не только в разработке новых продуктов или внедрении новых технологий в бизнес-процесс, но и в повседневных решениях, которые позволяют делать привычные вещи проще.

Банковская инновация — это конечный результат научно-технической деятельности банка, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта или услуги, направленный на лучшее удовлетворение имеющихся потребностей клиентов или формирование новых в процессе управления ресурсным потенциалом банка.

Текущие реалии банковского бизнеса позволяют явно выделить три основных катализатора банковской инновационной деятельности:

- 1) глобализацию мировых финансовых рынков и рынков банковских услуг;
- 2) возрастающую конкуренцию со стороны банковского и небанковского секторов;
- 3) мировой финансовый кризис.

Нами было выделено пять основных зарубежных трендов в модернизации банковского сектора, которые уже применяются или могут быть применены в Республике Беларусь.

1. Блокчейн. «Встроенное доверие» может сыграть на руку банкам при применении технологии в работе: блокчейн способен доказать, что действия компании соответствуют всем нормам и законам. Это важно, учитывая всеобщее недоверие к финансовой отрасли.

Экспериментальное использование блокчейна в банках уже началось. Например, можно упомянуть совместную работу Microsoft и Bank of America Merrill Lynch над использованием блокчейна в финансировании торговли. Национальный банк Республики Беларусь также планирует запуск двух проектов с использованием технологии блокчейн.

Специалисты IBM предполагают, что в 2018 г. уже 15 % мировых банков запустят блокчейн-продукты.

2. Роботы-помощники. Эти основанные на веб-технологиях программы выступают финансовыми советниками, используя когнитивные вычисления для того, чтобы понимать, анализировать и решать проблемы пользователей.

Пионерами технологии были стартапы Mint, Betterment и Robinhood, позже в новой отрасли появились и представители банков. Такой переход был вполне логичным: банки стремятся сохранить контроль над индустрией управления капиталом и улучшить качество услуг для клиентов, лишенных прямого доступа к «традиционным» управляющим.

3. Равноправные платежи. Системы равноправных (peer-to-peer, P2P) платежей позволяют просто и быстро перемещать средства между счетами клиентов, в том числе и между странами.

По оценке CEO Chase Consuming Banking Барри Соммерса, объем этих услуг вырос на 80 % с 2015 г. При этом глобальный рынок P2P-платежей оценивается в сумму, превышающую 1 млрд долл. США.

4. Монетизация данных для торговли. Первооткрывателями отрасли являются такие компании, как Ned Bank. Этот южноафриканский банк разработал сервис Market Edge, который дает торговцам доступ к финансовой информации, сгруппированной по геолокации, демографическим признакам и другим критериям.

5. Открытые API. Открытые API становятся своеобразными воротами к данным и услугам банков, и такое положение вещей может позволить и банкам, и представителям финтех-индустрии сохранить лицо, удовлетворить клиентов и заработать больше денег.

Таким образом, новая реальность и постоянно растущие человеческие потребности обуславливают переход банков на инновационный путь развития. Главный фактор, приводящий к изменениям — увеличивающийся темп человеческой жизни. Сервисы, обеспечивающие высокое качество жизни, теперь должны не просто идти в ногу со временем, они должны опережать, предугадывать желания потребителя и экономить его время настолько, насколько это возможно.

Литература

1. Банковский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 25 окт. 2000 г., № 441-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 08.07.2008 г., № 372-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2008. — Дата доступа: 27.11.2016.

2. Стратегия развития цифрового банкинга в Республике Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики

ки Беларусь. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/Legislation/documents/DigitalBankingStrategy2016.pdf>. — Дата доступа: 21.03.2017.

3. Казанская, Е. А. Инновации в банковской сфере / Е. А. Казанская // Молодой ученый. — 2016. — № 15. — С. 297–301.

Я.С. Костюк, К.Г. Пастарнак
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Ж.В. Бобровская** — канд. экон. наук

БЛОКЧЕЙН В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Блокчейн — это неизменяемая учетная книга, в которой записаны сведения о субъектах, принадлежащих им средствах, обязательствах и проводимых ими операциях. После каждой транзакции добавляется еще один блок данных в цепь, т.е. каждый блок содержит информацию обо всей сети, следовательно, если участник цепи попытается изменить или подделать данные, внести недостоверные сведения в систему либо расплатиться не принадлежащими ему денежными средствами, то непосредственно сама система блокчейн в онлайн-режиме известит всех участников об этом [1, с. 12].

Основными направлениями применения данной технологии в банковской сфере являются:

- платежи;
- синдицированные банковские кредиты;
- «умные» контракты;
- сделки РЕПО;
- межбанковские расчеты [2, с. 30].

Основные преимущества блокчейн для банков:

- удешевление и автоматизация многих видов финансовых услуг;
- решение проблемы потенциального отключения от SWIFT;
- защищенность от взлома, гарантия полной анонимности [2, с. 34].

Основные недостатки блокчейн для банков:

- незрелость технологии: ограниченная пропускная способность и масштабируемость, ассоциативность с биткоином;
- высокая стоимость внедрения;
- наукоемкость [2, с. 36].

Республика Беларусь пока не находится в числе лидеров, безоговорочно принявших данную технологию. Основными проблемами развития технологии блокчейн банками нашей страны являются:

- отсутствие законодательной базы;
- отсутствие доверия к данной технологии, соответственно низкая инициативность разработки пилотных проектов, основанных на технологии блокчейн;

- наличие риска, связанного с использованием платформы блокчейн в преступной деятельности.

Перспективы и предложения по развитию технологии блокчейн в банковской сфере в Республике Беларусь:

- на базе Национального банка Республики Беларусь и Парка высоких технологий необходимо создавать благоприятную экосистему (инициативные группы, лаборатории, хабы), предоставляющую блокчейн-проектам максимальные возможности для пилотного тестирования;
- так как на данном этапе развития блокчейн-рынок является достаточно молодым и неконкурентным, то при грамотной стратегии развития (например, при привлечении к разработке блокчейн-проектов квалифицированных белорусских IT-специалистов) есть абсолютно все условия, чтобы занять лидерские позиции на данном рынке;
- наиболее перспективными сферами применения блокчейн в 2018–2020 гг. станут: справочные данные, розничные платежи, потребительское кредитование, торговое финансирование, корпоративное кредитование, депозиты, международные платежи.

Литература

1. Свон, М. Блокчейн. Схема новой экономики / М. Свон. — М. : Олимп-Бизнес, 2017. — 340 с.

2. Равал, С. Децентрализованные приложения. Технология Blockchain в действии / С. Равал. — СПб. : Питер, 2017. — 192 с.

А.В. Малышко, Е.Ф. Шенец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Ж.В. Бобровская** — канд. экон. наук

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРАУДФАНДИНГА КАК ПЕРСПЕКТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ КРЕДИТОВАНИЯ СТАРТАПОВ

В Республике Беларусь все больше набирает популярность краудфандинг — коллективное финансирование интересных проектов. Необходимость краудфандинга в Республике Беларусь была обусловлена недостаточностью государственных и собственных средств организаций на реализацию новых проектов, возможностью исследования будущего спроса на свою продукцию с минимальными затратами, высокой ценой кредитования для микропредприятий по сравнению с краудфандингом, возможностью решить некоторые социальные вопросы и другими причинами.

На сегодняшний день в Республике Беларусь действуют краудфандинговые платформы Maesens.by, Ulej.by, Talaka.by (см. таблицу).

Сравнительная характеристика платформ краудфандинга за 2016 г.

Сравнительный признак	Российская Федерация (платформа Planeta.ru)	Украина (платформа Bigggidea.ua)	Республика Беларусь
Начало работы	2012 г.	2008 г.	2011 г. (maesens) 2013 г. (talaka) 2015 г. (ulej)
Сумма среднего пожертвования	Около 25 долл.	Около 15 долл.	Около 5 долл.
Всего собрано	Около 10,8 млн долл.	Около 365 тыс. долл.	Около 435 тыс. долл. (maesens)
Всего успешных проектов	2689	163	Более 400 (maesens)
Всего участников-жертвователей	592 913	22 682	Более 100 000 (maesens)

Источник: собственная разработка на основе [1, 2, 3].

Несмотря на относительно недавнее появление, показатели площадок говорят о том, что краудфандинг получил развитие в нашей стране и является перспективным видом финансирования стартапов.

Вместе с тем существует ряд проблем, препятствующих более динамичному и повсеместному развитию краудфандинга в Республике Беларусь:

- у участников-жертвователей нет инструментов контроля над получателями финансов;
- необходимость совершенствования уровня финансовой грамотности белорусов в сфере краудфандинга;
- отсутствие специальных нормативно-правовых актов, регулирующих работу в сфере краудфандинга;
- пассивное продвижение авторами своего проекта на всех этапах краудфандинговой кампании;
- нехватка практического опыта авторов в предоставлении своих бизнес-идей (проблемы в визуализации продукта).

Для решения этих проблем необходимо:

- создать единую специальную краудфандинговую нормативно-правовую базу;
- повысить финансовую грамотность населения страны;
- составить подробное руководство авторам проектов, а также консультировать их в случае возникновения затруднений или вопросов;
- обязать авторов публиковать отчетность по выполнению ими целей своих проектов.

Преодоление перечисленных проблем позволит краудфандингу обеспечить формирование альтернатив банковскому кредиту по финан-

сированию стартапов, начинающих бизнес-проектов, поспособствует развитию малых и микропредприятий, повышению эффективности использования ресурсов и созданию дополнительных условий для развития национальной экономики Республики Беларусь.

Литература

1. Краудфандинговая платформа Ulej [Электронный ресурс] // Ulej.by. — Режим доступа: <http://ulej.by/>. — Дата доступа: 21.03.2017.
2. О краудфандинговой платформе Planeta [Электронный ресурс] // Planeta.ru. — Режим доступа: <https://planeta.ru/about>. — Дата доступа: 24.03.2017.
3. Краудфандинговая платформа Bigggidea [Электронный ресурс] // Bigggidea.ua. — Режим доступа: <https://bigggidea.com/>. — Дата доступа: 26.03.2017.

А.А. Метеж, Д.Е. Невидович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Г.С. Кузьменко — канд. экон. наук

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТ В СИСТЕМАХ НАЦИОНАЛЬНЫХ РАСЧЕТОВ

Активное использование Интернета в финансовой сфере приводит к появлению новых финансовых инструментов для удовлетворения возросших потребностей экономических субъектов в эффективном и безопасном денежном обмене. Одним из таких инструментов являются криптовалюты.

Первоначально отношение центральных банков к криптовалютам было в основном отрицательным, поскольку децентрализованный характер их эмиссии и полная анонимность участников сети делали практически невозможным регулирование и контроль их обращения. Вместе с тем практика использования наиболее развитой криптовалюты — биткойна — продемонстрировала ее преимущества. Технология децентрализованных сетей открывает новые возможности в организации финансовой деятельности, поэтому в последнее время достаточно серьезно обсуждается идея использования криптовалют в системах национальных расчетов. Предполагается, что деятельность, связанная с криптовалютами, будет лицензироваться, а правила обмена — регламентироваться государством [1].

Одним из основных дискуссионных вопросов является определение эмитента национальной криптовалюты. В настоящее время существуют два основных подхода: 1) эмитентом должен выступать центральный банк; 2) эмитентами являются финансовые организации, но объем эмиссии должен быть предварительно согласован с центральным банком.

В рамках первого подхода возможны две модели взаимодействия регулятора и финансовых организаций. Первая модель предусматривает, что криптовалютные системы центрального банка и финансовых организаций различаются, а их совместная деятельность осуществляется на основе технологии сайдчейн (криптовалюты одной системы отражаются в кошельках другой системы по курсу 1:1). Особенность данной технологии заключается в отсутствии необходимости эмиссии в системах финансовых организаций (в которые передается криптовалюта), однако эти системы должны обеспечивать обработку расчетов.

Во второй модели основным условием присоединения финансовых организаций к национальной криптосистеме является наличие в центральном банке серверов, по мощности равных или больших, чем в этих организациях, что гарантирует регулирование функционирования половины или большей части сети центральным банком.

В рамках второго подхода также рассматриваются две основные модели. Первая модель предполагает построение интегрированной криптосистемы с обращением единой национальной криптовалюты. Разработка программного обеспечения будет задачей центрального банка, а финансовые организации должны получать лицензию на ее использование. Модель предусматривает, что эмиссия одной организации не должна превышать 51 % объема криптовалюты. Во второй модели финансовые организации реализуют автономные криптосистемы со своим программным обеспечением, а центральный банк осуществляет контроль. Криптовалюты обращаются только в рамках инфраструктур финансовых организаций [2].

На наш взгляд, наиболее перспективным является первый подход, поскольку эмитированная центральным банком криптовалюта будет обеспечена его активами, а лицензирование деятельности финансовых организаций исключит возможность ее использования в теневых схемах. Кроме того, данный подход является наименее затратным для финансовых организаций.

Литература

1. *Бакович, И. С.* Криптовалюта биткоин и ее роль в современной экономике / И. С. Бакович // *Вопр. инновац. экономики.* — 2016. — № 2. — С. 89–106.
2. *Марамыгин, М. С.* Экономическая природа и проблемы использования виртуальных денег (криптовалют) / М. С. Марамыгин, Е. Н. Прокофьева, А. А. Маркова // *Изв. УрГЭУ.* — 2015. — № 2 (58). — С. 37–43.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время, как показывает практика, развитие экономики государства зависит от системы денежного обращения и использования инновационных банковских технологий, являющихся катализатором ускорения денежного оборота страны. Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) является одной из таких банковских технологий, которая позволяет банкам улучшить качество, расширить спектр предлагаемых услуг, минимизировать затраты и риски, увеличить прибыль, обеспечить высокий уровень конкурентоспособности и повысить инвестиционную привлекательность на финансовом рынке [1].

Система дистанционного банковского обслуживания (СДБО) представляет собой многофункциональный программно-технический комплекс, который позволяет клиентам формировать и направлять в банк расчетные и иные документы, контролировать состояние своих счетов, получать финансовую информацию без посещения банка [2].

Оценить состояние рынка СДБО в Республике Беларусь сложно, несмотря на то, что он характеризуется динамичностью, быстротой развития и информационной насыщенностью. Это обусловлено тем, что банки неохотно делятся информацией о своих достижениях в данной области (см. таблицу) [3].

Доля услуг ДБО в общем количестве операций СДБО

Наименование услуги	Год		
	2014	2015	2016
Интернет-банкинг	68,7	69,5	70,3
SMS-банкинг	13,9	11,4	4,4
Мобильный банкинг	15,2	17,0	21,8
Другие	2,1	2,1	3,5

Источник: собственная разработка на основе [3].

Дистанционные услуги юридическим лицам предоставляют все отечественные банки через систему «Банк—Клиент». Потенциал рынка по этой системе заключается в улучшении качества предоставляемых услуг, сопровождении и активном взаимодействии с клиентом при возникновении у последнего проблем.

Дистанционные услуги физическим лицам на сегодняшний день предлагают: 24 банка — услуги интернет-банкинга, 16 — мобильного банкинга и 13 — SMS-банкинга. Лидерами на рынке услуг ДБО являются крупные банки Республики Беларусь: ОАО «АСБ Беларусбанк»; ОАО «Белагропромбанк»; ОАО «Приорбанк»; ОАО «БПС-Сбербанк»; ЗАО «Белгазпромбанк» и др.

Происходит трансформация банковского бизнеса: кредитные учреждения делают ставку на развитие цифровых каналов в качестве своего стратегического направления и обеспечивают высокий уровень сервиса. Выгоды внедрения решения для автоматизации ДБО налицо: оно позволяет не только существенно сэкономить расходы банка на онлайн-обслуживание, но и способствует повышению лояльности и привлечению новых клиентов. С его помощью можно осуществлять продажу дополнительных продуктов и сервисов, повышать эффективность работы сотрудников по тем каналам, которые удобны клиентам. Вместе с тем банки имеют возможность перевести в Интернет множество операций и платежей, значительно разгрузив свои операционные офисы [1, 3].

Литература

1. Стратегия развития цифрового банкинга в Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 6 марта 2016 г., № 108 // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/Legislation/documents/PP108.pdf>. — Дата доступа: 02.04.2017.
2. Дистанционное банковское обслуживание [Электронный ресурс] // ОАО «Белагропромбанк». — Режим доступа: <http://www.belapb.by/rus/malomu-i-srednemu-biznesu/distancionnoe-bankovskoe-obslyuzhivanie>. — Дата доступа: 02.04.2017.
3. «Платежные карты и сервисы — 2016». Итоги [Электронный ресурс] // Infobank.by. — Режим доступа: <http://infobank.by/infolinebigview/platezhnye-karty-i-servisy-2016-itogi>. — Дата доступа: 02.04.2017.

А.Г. Пстыга, П.А. Сездина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **К.А. Забродская** — канд. экон. наук

СРЕДСТВА ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ЛИЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современных условиях рыночной экономики для многих субъектов хозяйствования важным вопросом является проведение реинжиниринга бизнес-процессов и модернизация своего производства. В настоящее время одним из новых механизмов реализации и привлечения инвестиций в основные средства является лизинг. Согласно Стратегии развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года, ут-

вержденной совместным Постановлением Совета Министров и Национального Банка 28 марта 2017 г. № 229/6, оценка национального рынка лизинговых услуг (РЛУ) является актуальной задачей, что обуславливает необходимость применения средств поддержки принятия решений (СППР) в лизинговой деятельности.

Для оценки конкурентоспособности лизинговых компаний (ЛК) и развития РЛУ авторами с использованием СППР (Deductor Studio Academic, Assistant Choice, MS Excel) разработана методика, которая включает следующие этапы:

1. *Обоснование необходимости проведения оценки* проводится в результате OLAP- и кластерного анализа РЛУ. На данном этапе определяется цель — проведение оценки конкурентоспособности ЛК для выявления приоритетных направлений их развития, объект исследования — ЛК Республики Беларусь, предмет — оценка конкурентоспособности лизинговых компаний.

2. *Определение факторов и моделирование показателей оценки конкурентоспособности ЛК.* С помощью инструментальных средств корреляционного и факторного анализа формируется система факторов и показателей конкурентоспособности ЛК: рыночной устойчивости (объем нового бизнеса, объем начисленных лизинговых платежей и объем лизингового портфеля) и инвестиционной привлекательности — эффективности (сумма новых договоров лизинга, коэффициент рентабельности активов, коэффициент рентабельности капитала), финансовой устойчивости (соотношение заемных и собственных средств, величина чистых активов, доля просроченной задолженности, участие собственным капиталом).

3. *Проведение оценки конкурентоспособности ЛК.* На основе экономико-математических методов средствами MS Excel были разработаны индексы рыночной устойчивости $I_{p,y}$ (1), эффективности $I_{эфф}$ (2), финансовой устойчивости $I_{ф,y}$ (3), общий индекс конкурентоспособности лизинговых компаний K (4). С помощью системы поддержки принятия решений проводится оценка конкурентоспособности ЛК.

$$I_{p,y} = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i^2}; \quad (1)$$

$$I_{эфф} = \sqrt{\frac{1}{k} \sum_{j=1}^k y_j^2}; \quad (2)$$

$$I_{ф,y} = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{l=1}^m z_l^2}; \quad (3)$$

$$K = \sqrt{\frac{1}{3} (I_{p,y}^2 + I_{эфф}^2 + I_{ф,y}^2)}, \quad (4)$$

где n, k, m — количество частных показателей; x_i, y_j, z_l — частные нормированные показатели конкурентоспособности ЛК.

4. *Анализ результатов оценки конкурентоспособности ЛК.* Реализация этого этапа осуществляется с использованием табличных, графических и математических средств поддержки принятия решений для построения рейтингов, многоугольников и матрицы конкурентоспособности ЛК, а также комплекса регрессионных моделей для прогностической оценки конкурентоспособности ЛК и влияния макроэкономических факторов на развитие лизинга.

5. *Разработка рекомендаций по выбору приоритетных направлений развития лизинговой деятельности* выполняется на основе анализа полученных результатов оценки конкурентоспособности ЛК, имеет практическую и экономическую значимость, будет способствовать повышению эффективности национальной экономики, может использоваться лизинговыми компаниями и банками для повышения конкурентоспособности на национальном и международном уровнях.

К.Ю. Сидорович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **О.Г. Матковская** — канд. экон. наук

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Для предотвращения неспособности коммерческих банков осуществлять платежи, выдавать долгосрочные кредиты для развития реального капитала особо остро встает проблема оценки финансовой устойчивости коммерческих банков.

Цель нашей работы — проанализировать показатели результатов деятельности коммерческих банков Республики Беларусь и дать оценку их финансовому состоянию.

В качестве периода исследования использован временной период с 2006 по 2015 г., для анализа было отобрано 5 банков [1].

Анализ динамики доходов в текущем и реальном выражении показал, что реальные доходы ежегодно возрастали в среднем на 160,1 %, в свою очередь расходы банков возрастали в среднем за период на 166,7 % [2].

Показателем прогнозной оценки стабильности является коэффициент общей дееспособности банка. Большая часть банков за весь изучаемый период имеет коэффициент общей дееспособности около 0,9, что говорит о достаточно низкой способности покрывать свои расходы за счет доходов или получаемой прибыли.

Анализ динамики доходов и расходов коммерческих банков еще не дает качественной характеристики эффективности функционирования банков. Эту задачу можно решить путем изучения динамики рентабельности коммерческих банков [3].

Общая рентабельность банков рассматривалась в зависимости от двух факторов:

- 1) рентабельности собственного капитала (СК) банков;
- 2) соотношения СК и уставного фонда (УФ) банков.

Эта зависимость может быть представлена следующей мультипликативной моделью:

$$R = \frac{\Pi}{СК} \cdot \frac{СК}{УФ}.$$

Влияние факторов представленной модели на абсолютный и относительный прирост общей рентабельности было рассчитано на примере Беларусбанка в 2015 г. по сравнению с 2012 г. (см. таблицу) [4].

Результаты решения двухфакторной индексной модели

Фактор	Индекс, %	Изменение общей рентабельности банков за счет факторов	
		в абсолютном выражении, п.п.	в относительном выражении, %
Рентабельность СК банков, %	53,6	-3,883	-47,2
Коэффициент соотношения СК и УФ банков	101,7	0,142	1,7
Общая рентабельность банков, %	54,5	-3,741	-45,5

Подводя итоги выполненной работы, сформулируем основные результаты исследования и выводы, сделанные на их основе:

1. Количественную сторону финансовых результатов банков дают показатели доходов и расходов, а качественную сторону — показатели прибыли, рентабельности, ликвидности и достаточности капитала.

2. В реальном выражении расходы растут быстрее доходов, что негативным образом характеризует современный период развития коммерческих банков, является свидетельством их низкой инвестиционной привлекательности. Значения коэффициентов общей дееспособности меньше единицы, что говорит о способности банков за счет доходов покрывать свои расходы, соблюдая принцип финансовой самостоятельности и финансовой ответственности.

3. Наиболее значимым фактором, оказывающим весомое влияние на динамику общей рентабельности, выступает уровень рентабельности СК банка.

Литература

1. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://myfin.by>. — Дата доступа: 18.03.2017.

2. Информация о финансовом состоянии банков [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/system/Banks/FinancialPosition/BalanceSheet>. — Дата доступа: 12.04.2017.

3. Шуляк, П. Н. Финансы предприятия : учеб. пособие / П. Н. Шуляк. — М. : Дашков и К°, 2002. — 752 с.

4. Сошникова, Л. А. Многомерные статистические методы. Практикум : учеб. пособие / Л. А. Сошникова. — Минск : БГЭУ, 2015. — 198 с.

Е.А. Чернявская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **М.Н. Авсейко** — канд. экон. наук

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Стабилизация и постоянное совершенствование национальной валютной системы государства являются одной из основных предпосылок развития любой экономики.

Функционирующая национальная валютная система в Республике Беларусь не лишена недостатков. Так, можно выделить несколько видимых проблем.

Для начала стоит отметить то, что экономика Беларуси находится в значительной зависимости от экономики России и существенное замедление экономического роста в России обостряет уже сформировавшиеся макроэкономические риски в Беларуси [1].

В этой связи валютное регулирование в Республике Беларусь применяется в целях концентрации валютных ресурсов в руках государства, поддержания курса национальной валюты, недопущения валютных спекуляций.

Кроме того, существуют проблемы с платежным балансом. Это означает, что Беларуси необходимо пересмотреть экономическую политику с целью минимизации потребности во внешнем кредитовании, что подразумевает жесткую фискальную и монетарную политику, которая будет способствовать стабилизации цен и обменного курса, а также сделает текущий счет платежного баланса более сбалансированным [2].

Названные проблемы являются причинами нестабильности валютного курса. В связи с этим необходимо проводить мероприятия по обеспечению восстановления доверия домашних хозяйств к национальной валюте.

Для этого в краткосрочной перспективе следует:

- отменить ограничения по вкладам в белорусских рублях, компенсирующие процентными ставками девальвацию национальной валюты;

- провести амнистию капиталов для увеличения поступления в страну иностранной валюты;

- активизировать освоение передовых банковских продуктов и технологий с выходом на уровень банковских систем ведущих государств мира;

- проводить аккуратную агитационную кампанию по возврату доверия к белорусскому рублю [3].

Важную роль в перспективе развития национальной валютной системы играют отношения Республики Беларусь с Международным валютным фондом. Дальнейшее их развитие увязывается с проведением широкомасштабных реформ в стране [4].

Таким образом, проблемы по поддержанию платежеспособности национальной валюты остаются приоритетными в стране. Среди вариантов развития валютной системы можно выделить: продолжение сотрудничества с международными фондами, привлечение инвестиционного капитала, развитие и модернизацию национальной экономики и, как следствие, увеличение экспорта, расширение сотрудничества и интеграционных отношений с Россией, странами Евразийского экономического сообщества и Европейского Союза.

Литература

1. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://myfin.by>. — Дата доступа: 18.04.2017.

2. Макроэкономические аспекты обеспечения сбалансированности национальной экономики : моногр. / А. И. Лученок [и др.] ; под общ. ред. А. И. Лученка. — Минск : Беларус. навука, 2015. — 371 с.

3. Об утверждении Основных направлений денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2017 год : Указ Президента Респ. Беларусь, 3 окт. 2016 г., № 359 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2016. — 1/16669.

4. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by>. — Дата доступа: 23.04.2017.

И.С. Шенец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Н.Н. Говядинова**

БЛОКЧЕЙН: РАЗДУТЫЕ ОЖИДАНИЯ ИЛИ ТЕХНОЛОГИЯ БУДУЩЕГО?

В последнее время как транснациональные компании, так и государства проявляют все больший интерес к технологии под названием блокчейн. Она представлена структурированной базой данных, содержащей информацию о цепочках транзакций, построенных по опреде-

ленным правилам, обеспечивающих ограниченный доступ к информации, что исключает кражу данных, мошенничество, нарушение имущественных прав и т.д. База данных является децентрализованной, у нее нет единого центра управления, а все участники входят в нее на равных правах. Информация о транзакциях представляется в виде цепочки блоков, которые характеризуются распределенностью, открытостью, защищенностью. Компьютеры пользователей блокчейн образуют сеть, на каждом из них хранится копия данных блокчейн. Все компьютеры равноправны, там нет организаторов, модераторов, контролеров и менеджеров. Для защиты данных и пользователей широко используется шифрование, которое позволяет получить сочетание открытости и достоверности одновременно при полном недоверии к остальным участникам системы.

Появление технологии дало толчок созданию криптовалют — цифровых валют, которые защищены от подделки, поскольку представляет собой зашифрованную информацию, без возможности копирования. Их появление позволило ускорить и удешевить платежи, сделать их безопаснее.

Блокчейн обладает следующими важными характеристиками:

1. Автономность — отсутствует какая-либо организация, центр или агентство, которые администрируют технологию и имеют «ключ» к управлению данными.

2. Круглосуточная и круглогодичная работа — содержание баз данных постоянно копируется на тысячи компьютеров, даже если 99 % из них в какой-то момент окажутся не в сети, то записи попадут на оставшиеся и обновятся во всех, как только они вернутся в сеть.

3. Безопасность — кодирование, которое используется для блокчейн, открыто для доработки (open-source). Существует возможность проведения криптографического аудита.

4. Открытость для разработки продуктов (программ, сервисов) на основании блокчейн.

5. Отсутствие принадлежности к какой-либо корпорации, охраны авторским правом либо правом на интеллектуальную собственность. Каждый может при желании провести анализ и аудит кода.

Блокчейн действительно является технологией будущего, хоть она не лишена отрицательных сторон: замена человека машинами, невозможность контролирования процесса создания и использования криптовалюты. Вместе с тем плюсы технологии существенны, что дает право технологии постепенно входить в нашу повседневную жизнь.

Блокчейн давно стал фундаментом для создания криптовалюты. Эта возможность заставляет сейчас многие государства задуматься о защите национальной валюты, так как именно криптовалюта может вытеснить ее как субъекта из оборота финансовых ресурсов. Как следствие, государство теряет контроль денежно-кредитной сферы, что может привести к большим экономическим проблемам.

Литература

1. Финансовый портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.byfin.by>. — Дата доступа: 25.02.2017.
2. Информационный портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.iksmedia.ru>. — Дата доступа: 28.02.2017.
3. *Wattenhofer, R.* The Science of the Blockchain / R. Wattenhofer. — Северный Чарльстон : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. — 356 с.

Секция 5

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (ПО ОТРАСЛЯМ)

Д.В. Андреевкова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Н. Шибeko — канд. экон. наук

ВЛОЖЕНИЯ В ДОЛГОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ: РАСШИРЕНИЕ И СТРУКТУРИЗАЦИЯ СУБСЧЕТОВ

Многие из ученых сходятся во мнении, что вложение в долгосрочные активы — это, прежде всего, затраты. Такой точки зрения придерживаются А.М. Поддериогин, Л.В. Перекрестова, С.Е. Витун, А.И. Чигрина, А.С. Нешиной и др. Наиболее полное, на наш взгляд, определение сформулировал А.С. Нешиной, который определил, что это реальные инвестиции в основной капитал, в том числе затраты на новое строительство, на расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, проектно-изыскательские работы [1]. Термин «вложения в долгосрочные активы» неразрывно связан с понятием «инвестиции», что видно из определения — первое выражено через последнее. Это логично, ведь и то и другое представляет собой затраты, необходимые для получения экономической выгоды в будущем.

Может показаться, что вложения в долгосрочные активы — это те же объекты основных средств, нематериальных активов и т.д. и нет необходимости учитывать их отдельно, но особенностью таких вложений является то, что в данную группу перечисленные объекты попадают только временно: а) для учета затрат и формирования первоначальной стоимости объектов долгосрочных активов и последующем их признании в бухгалтерском учете как таковых; б) для формирования показателей отчетности (бухгалтерской и статистической) о характере расходования средств организации и последующего их анализа.

Для отражения информации о вложениях организации в объекты, которые впоследствии будут приняты к бухгалтерскому учету в качестве основных средств, нематериальных активов, инвестиционной недвижимости, предназначен счет 08 «Вложения в долгосрочные активы», к которому согласно Типовому плану счетов бухгалтерского учета открываются как минимум 5 субсчетов, в том числе субсчет 08-1 «Приобретение и создание основных средств».

Вложения в долгосрочные активы весьма разнородны, что ставит под сомнение целесообразность учета операций по приобретению и созданию основных средств на одном субсчете 08-1 «Приобретение и со-

здание основных средств». Рассмотрим состав затрат, учитываемых на данном субсчете (см. таблицу).

Состав затрат при приобретении и создании объектов основных средств

Приобретение основных средств	Создание (возведение) объекта основных средств	
	Прямые затраты	Косвенные затраты
Стоимость приобретения основных средств	Строительные материалы	Общепроизводственные затраты, связанные с выполнением строительных работ, которые невозможно прямо отнести к конкретному объекту учета
Таможенные сборы и пошлины	Заработная плата рабочих основного производства	
Проценты по кредитам и займам	Затраты по эксплуатации строительных машин и механизмов	
Затраты по страхованию при доставке	Прочие прямые затраты (иные затраты, прямо относящиеся к конкретному объекту учета)	
Затраты на услуги других лиц, связанные с приведением основных средств в состояние, пригодное для использования		

Очевидно, что затраты при покупке и создании основных средств различны:

- по своей структуре. Нецелесообразно смешивать на одном субсчете 08-1 «Приобретение и создание основных средств» затраты, которые формируют первоначальную стоимость объекта основных средств при их создании с уже сформированной поставщиком стоимостью основных средств при их приобретении;

- по объему учитываемых затрат. При строительстве объектов основных средств объем затрат значительно выше, нежели при их покупке;

- по срокам учета затрат на счете и, соответственно, в балансе. Покупка основных средств — процесс более оперативный, нежели их строительство. Он состоит из оплаты поставщику и непосредственно поступления основного средства. Создание же предполагает закупку или изготовление узлов, деталей, их дальнейшую обработку, монтаж. Такой процесс является довольно длительным.

Подводя итог вышесказанного, предлагаем разделить субсчет 08-1 «Приобретение и создание основных средств» на два самостоятельных субсчета: «Приобретение основных средств» и «Создание основных средств».

Литература

1. *Нешитой, А. С.* Инвестиции : учебник / А. С. Нешитой. — 5-е изд., перераб. и испр. — М. : Дашков и К°, 2007. — 372 с.

А.С. Антонова, О.В. Лазаревич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.Ф. Горбач — канд. экон. наук

РЕКЛАМНЫЙ РОЛИК И ЕГО ТРАНСЛЯЦИЯ: ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

В настоящее время одним из условий успешного ведения бизнеса является активное использование рекламных технологий, позволяющих сформировать у потребителя определенное мнение относительно продаваемых товаров, работ, услуг и побуждающих его к совершению покупок. Реклама может осуществляться в самых разнообразных формах, например, в виде рекламного ролика на телевидении (радио), бухгалтерский и налоговый учет которого имеет существенные особенности в соответствии с законодательством [1].

1. Особенности учета рекламных роликов, планируемых к использованию более 12 месяцев в году.

1. Затраты на создание (приобретение) рекламного ролика, который отвечает условиям признания его в качестве нематериального актива, собираются в составе вложений в долгосрочные активы. После оформления акта о приеме-передаче нематериальных активов ролик принимается к учету на счет 04 «Нематериальные активы».

2. Начисление амортизации начинается с первого числа месяца, следующего за месяцем принятия ролика к учету в качестве нематериального актива, и производится на протяжении срока полезного использования.

Если трансляция ролика носит сезонный характер, то месячная норма (месячная сумма) амортизационных отчислений определяется исходя из годовой нормы амортизации (годовой суммы амортизационных отчислений) и количества месяцев транслирования ролика в течение года.

3. По окончании трансляции рекламного ролика определяется его остаточная (недоамортизированная стоимость), которая списывается в состав прочих расходов по инвестиционной деятельности и учитывается при налогообложении прибыли в составе внереализационных расходов.

II. Особенности учета рекламных роликов, планируемых к использованию не более 12 месяцев в году.

1. Учет рекламного ролика, который не отвечает условиям его отнесения к нематериальным активам (его использование предполагается не более 12 месяцев), признается расходами текущего периода в зависимости от того, когда он начинает транслироваться. Когда рекламный ролик начинает транслироваться сразу после его получения, то расходы на его создание признаются в бухгалтерском учете в составе расходов на реализацию того отчетного периода, в котором они были произведены, и в том же периоде данные затраты учитываются при налогообложении прибыли.

2. Если рекламный ролик начинают транслироваться через некоторое время после получения, то в этом случае затраты на рекламный ролик при его получении целесообразно отнести на счет 97 «Расходы будущих периодов» и списать в состав расходов на реализацию в том отчетном периоде, в котором этот ролик передан для первой трансляции. При налогообложении прибыли данные затраты признаются в том отчетном периоде, в котором они признаны в бухгалтерском учете в составе расходов на реализацию.

3. В случае, когда рекламный ролик получен, затраты на него отражены на счете 97 «Расходы будущих периодов», но спустя время принято решение о том, что он транслироваться не будет, то на дату такого решения данные затраты списываются в состав прочих расходов по текущей деятельности и при налогообложении прибыли не учитываются.

Литература

1. Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 29 июня 2011 г., № 50 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017. — Дата доступа: 26.04.2017.

Е.Э. Белоусова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Г.Г. Виногоров — канд. экон. наук

РАЗВИТИЕ СЕГМЕНТАРНОГО УЧЕТА ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночной экономики конкурентоспособность организации зависит от ее управленческой деятельности. В этой связи возрастает роль бухгалтерского учета, так как необходимо не просто определить

финансовый результат, а определить эффект от текущей, финансовой и инвестиционной деятельности организации.

Наличие сегментарного учета внешнеэкономической деятельности на предприятии позволяет спланировать затраты, а следовательно, разработать ценовую политику сегментов бизнеса, выявить отклонения фактической себестоимости продукции от плановой, установить причины их возникновения.

Для предприятий, которые активно занимаются экспортной деятельностью, важное значение имеют данные, отражающие показатели выручки, налогов, прибылей от данного вида деятельности. Поэтому для таких предприятий, доля экспорта которых значительно превышает величину реализации на внутреннем рынке, автор рекомендует выделять отдельный субсчет по счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» субсчет 90.1 «Выручка от реализации товаров, работ, услуг», на котором будут отражаться результаты деятельности от экспорта:

- 90.1.1 «Выручка от реализации товаров, работ, услуг на экспорт»;
- 90.1.2 «Выручка от реализации товаров, работ, услуг на внутренний рынок».

Многие современные западные компании производят группы товаров (или услуг) или работают в географических регионах с разными нормами рентабельности, возможностями развития, перспективами и рисками [1]. В этом случае сегментарная отчетность помогает разобраться в эффективности различных направлений бизнеса компании, которую невозможно определить из ее совокупных данных. Исходя из этого, предлагается сделать градацию по странам-экспортерам на субсчете 90.1.1 «Выручка от реализации товаров, работ, услуг на экспорт». В частности, для предприятия ОДО «ТахатАкси» градация будет выглядеть таким образом:

- 90.1.1.1 «Выручка от реализации товаров, работ, услуг в Российскую Федерацию»;
- 90.1.1.2 «Выручка от реализации товаров, работ, услуг в Германию»;
- 90.1.1.3 «Выручка от реализации товаров, работ, услуг в Казахстан»;
- 90.1.1.4 «Выручка от реализации товаров, работ, услуг в Польшу»;
- 90.1.1.5 «Выручка от реализации товаров, работ, услуг в Италию».

Исходя из того, что на предприятии покупателями продукции в основном являются представители лишь нескольких стран, например, Россия, Литва, Украина, Польша, автор рекомендует в таких странах сделать более углубленную детализацию, где можно было бы произвести анализ по покупателям.

Отсутствие подобного сегментарного учета в белорусской практике, а именно в процессе формирования сегментарной отчетности и принятия управленческих решений, определяет низкую степень управляемости экспортными сделками [2]. Исходя из подобного анализа, можно

принимать определенные управленческие решения по поводу применения отдельных финансовых скидок тем покупателям, которые являются частыми покупателями продукции, а также определенные скидки новым контрагентам, что позволит быстрее выйти на внешнеэкономический рынок.

Литература

1. Курганова, Е. Н. Учет и анализ экспортных операций по сегментам деятельности : дис. ... канд. экон. наук / Е. Н. Курганова. — М., 2004. — 173 л.
2. Горячих, С. П. Формирование сегментарной отчетности организациями-экспортерами / С. П. Горячих, А. Н. Чикишева // Бухгалтер и закон. — 2007. — № 3. — С. 25–28.

В.Г. Гринюк
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.О. Зарецкий** — канд. экон. наук

СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НЗП В КОНТЕКСТЕ ГАРМОНИЗАЦИИ УЧЕТНОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ С МСФО

Финансовым результатом, характеризующим эффект от осуществления основной деятельности субъекта хозяйствования, является прибыль (убыток) от реализации продукции. Он рассчитывается как разность между выручкой от реализации продукции и следующими расходами: себестоимостью реализованной продукции, управленческими расходами и расходами на реализацию. Основным видом расходов является себестоимость реализованной продукции, на которую влияют следующие факторы: себестоимость произведенной продукции и себестоимость остатков готовой продукции на начало и конец месяца. В свою очередь на себестоимость произведенной продукции влияют: незавершенное производство на начало и конец месяца, затраты на производство продукции за месяц.

Целью работы является совершенствование бухгалтерского учета НЗП.

Задачами данной работы являются исследование теоретических и методических вопросов организации бухгалтерского учета незавершенного производства (НЗП); изучение зарубежного опыта учета НЗП; проведение анализа организации учета НЗП и формулирование выводов.

Согласно Постановлению Министерства финансов Республики Беларусь от 12.11.2010 № 133 (ред. от 30.04.2012) «Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету запасов» порядок бухгалтерского учета и оценки незавершенного производства на всех стадиях технологического цикла устанавливается учетной политикой организации.

Учет незавершенного производства по МСФО, например, ведется в соответствии со стандартом МСФО IAS 2 «Запасы», который предусматривает одинаковые методы учета для всех групп запасов, а именно незавершенного производства и готовой продукции (ГП). В себестоимость ГП включаются затраты на приобретение, затраты на переработку и прочие затраты, значит и НЗП должно оцениваться по тем же затратам.

В учетно-аналитической практике промышленных организаций сложились следующие варианты оценки НЗП: по фактической производственной себестоимости, по нормативной себестоимости, по прямым статьям затрат или по стоимости сырья, материалов и полуфабрикатов. Вместе с тем ни один из этих вариантов не является сходным с предлагаемым МСФО. То есть существуют различия между оценкой ГП и НЗП.

В настоящее время остатки незавершенного производства на конец месяца на многих промышленных организациях рассчитываются следующим образом:

$$\begin{aligned} \text{Остатки незавершенного производства на конец месяца} = & \text{Остатки} \\ & \text{незавершенного производства на начало месяца} + \text{Затраты} \\ \text{за отчетный месяц} - & \text{Себестоимость произведенной продукции за месяц.} \end{aligned} \quad (1)$$

Такой способ определения величин себестоимости и остатков незавершенного производства на конец месяца не обеспечивает достоверность формирования себестоимости произведенной продукции цехом, так как в первую очередь должна быть определена стоимость остатков незавершенного производства на конец месяца по данным регистров оперативного учета цеха.

В свою очередь себестоимость произведенной продукции следует определять следующим образом:

$$\begin{aligned} \text{Себестоимость произведенной продукции} = & \text{Сумма остатков} \\ & \text{незавершенного производства на начало месяца} + \text{Произведенные} \\ & \text{затраты за месяц} - \text{Остатки незавершенного производства} \\ & \text{на конец месяца (определенные по данным инвентаризации).} \end{aligned} \quad (2)$$

Для устранения недостатка методики определения НЗП на конец месяца по формуле (1) и повышения достоверности информации о величине незавершенного производства и себестоимости произведенной продукции необходимо в конце каждого месяца проводить инвентаризацию НЗП. По итогам инвентаризации определяется степень готовности производимой продукции. Определенный инвентаризационной комиссией процент готовности умножается на фактическую (нормативную) себестоимость производимой продукции. Вместе с тем система бухгалтерского учета затрат на производство организована таким образом, что списание материальных ресурсов происходит сразу, а заработная плата и общепроизводственные затраты (ОПЗ) относятся на фактический объем произведенной продукции, включая ее условный объем. В итоге

при использовании формулы (1) завышается величина НЗП на конец месяца, а при использовании формулы (2) завышается величина себестоимости произведенной продукции. Поэтому считаем целесообразным при списании материалов в производство использовать промежуточный синтетический счет 24 «Материалы, переданные в производство». В бухгалтерском учете, когда обработка материалов началась, необходимо делать запись:

Д-т сч. 20 «Основное производство»,
К-т сч. 24 «Материалы, переданные в производство».

Данную проводку следует составлять на основании материальных отчетов материально ответственного лица, принявшего материалы в цехе.

Можно отметить следующие рекомендации:

- 1) использовать счет 24 «Материалы, переданные в производство»;
- 2) рассчитывать заработную плату по незавершенной продукции после проведения инвентаризации НЗП;
- 3) распределять ОПЗ также после инвентаризации НЗП;
- 4) включать в стоимость НЗП материалы, переработка которых началась, в полном размере, несмотря на степень готовности.

Таким образом, НЗП необходимо оценивать по фактической производственной себестоимости, состоящей из:

- прямых материальных затрат (по уровню 100 % готовности);
- прямых трудовых затрат с начислениями (по % готовности);
- общепроизводственных затрат (по % готовности).

Это обеспечит единство оценки НЗП и готовой продукции, а также сопоставимость величин активов и финансовых результатов промышленных организаций.

К.А. Ёдчик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.Н. Налецкая — канд. экон. наук

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КАЧЕСТВА ПРИБЫЛИ

Получение прибыли является целью создания коммерческой организации и источником прироста собственных финансовых ресурсов и доходов собственников организации. Важнейшей задачей при этом является формирование положительного конечного финансового результата и обоснование резервов его роста. Объективная оценка показателей прибыли необходима в целях определения степени надежности финансового положения организации. Практическое решение данной задачи должно опираться на результаты финансового анализа, объективность которого достигается путем применения достоверных показателей финансовых результатов, что подтверждается в том числе посред-

ством анализа качества прибыли. Этим и обуславливается актуальность темы исследования.

Цель оценки качества прибыли — прогнозирование «зарабатывающей» способности субъекта хозяйствования, определение возможности сохранения и повышения темпов роста прибыли.

Единое определение, а также унифицированное методическое обеспечение оценки качества прибыли отсутствуют. Одни авторы качество прибыли сводят к проблеме достоверности бухгалтерской отчетности; другие считают, что качество прибыли отражает, насколько для данной организации характерен достигнутый уровень прибыли, а также степень использования хозяйственных резервов для его достижения. На наш взгляд, наиболее обоснован подход авторов, которые считают, что качество прибыли — это обобщенная характеристика структуры источников прибыли организации.

Следующим вопросом, который должен быть рассмотрен в рамках заявленной темы, является объект анализа. Объектом анализа качества прибыли могут быть все финансовые результаты и все стадии их формирования, однако поскольку разные группы пользователей финансовой информацией преследуют различные цели, то и объект анализа определяется конкретно в каждом случае.

Можно выделить три основные группы подходов экономистов к оценке качества прибыли, краткое изложение сути которых представлено ниже.

В соответствии с первым подходом для оценки качества прибыли используются результаты анализа ее динамики и структуры. Если при этом на протяжении достаточно длительного времени наблюдаются стабильные темпы роста, а в структуре прибыли преимущественная ее доля получается от текущей деятельности, а именно прибыли от реализации, то качество прибыли высокое.

Вторая группа методик предполагает для количественной оценки качества прибыли использовать метод балльной оценки. Перечень критериев качества прибыли следует устанавливать с учетом специфики деятельности субъектов хозяйствования. Каждому критерию присваиваются определенное количество баллов с учетом его значимости, устанавливается общее количество баллов, при достижении которого качество прибыли считается высоким. Можно установить и количество баллов, при достижении которого качество прибыли будет считаться хорошим, удовлетворительным, низким.

Вторая группа методик предполагает оценивать качество валовой прибыли предприятия путем определения коэффициента валовой прибыли как соотношения величины валовой прибыли к выручке от реализации продукции, работ, услуг и его устойчивости.

Таким же методом коэффициентов можно оценивать и другие виды прибыли: прибыль от реализации, прибыль до налогообложения и др.

Таким образом, в настоящее время не сложилось единого представления относительно сущности качества прибыли, а также ее показате-

лей. В зависимости от целей, задач, теоретико-методологических представлений аналитиков, условий анализа могут применяться и используются различные показатели качества прибыли. В этой связи необходимы дополнительные исследования, посвященные обоснованию системы показателей и методик их анализа в зависимости от целей и задач различных групп пользователей.

К.Д. Каткович, А.В. Кислюк
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель П.Я. Папковская — д-р экон. наук

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками всегда был и остается актуальной проблемой для исследований, так как, реализуя продукцию партнерам, предприятие получает доход — важнейший показатель своей финансовой деятельности. Именно на него и ориентировано все производство. Все предприятия стремятся к тому, чтобы выпущенная ими продукция была реализована полностью, по хорошей цене и в наилучшие сроки.

Целью работы является изучение современного состояния учета расчетов с поставщиками и подрядчиками, практики его применения, а также определение рекомендаций по совершенствованию учета расчетных операций.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- изучить основные понятия, определить цели и задачи бухгалтерского учета расчетов с поставщиками и подрядчиками;
- изучить нормативную базу, относящуюся к освещению вопросов учета расчетов с поставщиками и подрядчиками;
- изучить современное состояние расчетов с поставщиками и подрядчиками и направления его развития.

Рациональная организация расчетов с поставщиками и подрядчиками способствует укреплению договорной и расчетной дисциплины, повышению ответственности за соблюдение платежной дисциплины, сокращению кредиторской задолженности, ускорению оборачиваемости оборотных средств, улучшению финансового состояния организации.

Для предприятия, оказавшегося в затруднительном положении, требуется предпринять оперативные действия по поиску причин, которые привели предприятие в кризисное положение. Наличие эффективной функции внутреннего аудита, системы внутреннего контроля и процессов управления рисками являются необходимым условием успешного функционирования компании. Поскольку предприятие, оказавшееся в кризисном положении, требует немедленного внедрения антикризис-

ных мер, для оценки текущего состояния компании предлагаем использовать такой метод, как экспресс-аудит. Кроме того, необходимо погасить все задолженности. Безусловно, это достаточно трудно в состоянии неплатежеспособности, но возможно. Следует разработать план по оздоровлению экономической деятельности предприятия.

В заключение необходимо подчеркнуть, что для любого предприятия обеспечение грамотного ведения бухгалтерского учета расчетов с поставщиками и подрядчиками позволяет своевременно отслеживать наличие кредиторской и дебиторской задолженности. Анализ этих составляющих помогает выстроить отношения с контрагентами таким образом, чтобы предприятие не испытывало угроз финансовой устойчивости бизнеса. Таким образом, тема учета и аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками всегда актуальна и бесспорно важна.

Литература

1. *Клипперт, Е. Н.* Бухгалтерский учет : учеб.-метод. пособие / Е. Н. Клипперт, А. С. Чечеткин. — Минск : Регистр, 2009. — 448 с.
2. *Левкович, О. А.* Бухгалтерский учет : учеб. пособие / О. А. Левкович, И. Н. Бурцева. — 5-е изд., перераб. и доп. — Минск : Амалфея, 2007. — 800 с.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 20.03.2017.
4. О бухгалтерском учете и отчетности : Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 57-З : с изм. и доп. от 4 июня 2015 г. № 268-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2013. — 2/2055.
5. *Папковская, П. Я.* Теория бухгалтерского учета : учебник / П. Я. Папковская. — 8-е изд. — Минск : Информ-пресс, 2012. — 252 с.

М.И. Кищиц, А.А. Максимович
БНТУ (Минск)
Научный руководитель **А.В. Азаренко**

УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ВЕЛОСИПЕДА

В современном мире актуальными остаются проблемы передвижения на экологически чистом транспорте, быстроты смены локации, ведения здорового образа жизни, а также загрязнения окружающей среды. Одним из решений вышеперечисленных проблем, препятствующих многим из нас быстрее добраться до работы, места учебы, стать спортивным, является велосипед.

Жизнь в движении — девиз современного мира. Кто не мобилен, тот выпадает из быстрого ритма современной жизни. Конструкторы всего земного шара пытаются превзойти друг друга в создании удобных и быстрых средств передвижения по городу, не забывая при этом и об актуальном тренде — экологичности.

На сегодняшний день существуют несколько видов экологичного транспорта: JollyJumper или «сапоги-скороходы», сегвей, электровелосипед или велогибрид, Мотоскейт и электросамокат.

Велосипеды бывают дорожные, горные, шоссейные, трековые, курьерские и туристические. По данным маркетингового исследования, самым популярным и широко используемым стал горный велосипед, так как он отличается прочной рамой и колесами, широкими шинами с высоким протектором, усиленный руль и имеет широкий скоростной диапазон.

Рассмотрим затраты на производство велосипедов с точки зрения бухгалтерского учета (см. таблицу).

Структура производственного процесса изготовления велосипедов

Процесс	Состав затрат
Маркетинговое исследование	Изучение рынка (спроса и предложения, потенциальных конкурентов)
	Анализ полученных данных
Производство	Закупка листов стали
	Обработка листов стали гибочным станком (на выходе — полые трубы)
	Нарезка труб в соответствии с необходимыми размерами на трубобрезном станке для последующей работы
	Загибка труб под необходимым углом на трубогибном станке
	Примерка заготовок рамы
	Сварка рамы (в течении двух минут при температуре 800 °С с использованием охлаждающей смазки; серебра и бронзы для прочности и аккуратности)
	Распрямление рамы (рекомендуется)
	Покраска рамы (в специальном помещении с использованием распылителя)
	Тепловая обработка краски ($t = 218$ °С)
	Охлаждение рамы
	Сборка (сборка колесного обода, лейблы, руль, тормозной механизм, коробка передач, педали, вилка, цепь и колеса)
	Тестирование (проверка крепления и всей конструкции в целом)
	Реализация
Передача на склад готовой продукции	
Реализация оптовому или розничному покупателю	

Самым трудоемким и затратным является процесс производства. В связи с этим цена единичного экземпляра велосипеда достаточно высока. Для экономической и производственной выгоды используется массовый тип производства, так называемый «эффект масштаба производства», который позволяет не только популяризировать выпускаемые модели велосипедов, но и снизить издержки на производство единицы, что существенно снижает себестоимость конечного изделия.

В связи с положительной тенденцией развития здорового образа жизни за последние несколько лет в Республике Беларусь набирает популярность и передвижение на велосипедах. Следование трендам более тщательно относится к своему здоровью, к здоровью будущего поколения, а также следить за своей физической подготовкой является одной из приоритетных задач поколений X, Y и Z. Потому производство велосипедов, являющихся важнейшими атрибутами активного отдыха и здорового образа жизни, характеризует актуальность использования велосипедов.

Литература

1. Альтернативные средства передвижения [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://inkazan.ru/news/society>. — Дата доступа: 03.03.2017.

Е.С. Клундук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.Ю. Ищук — магистр экон. наук

ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ФОНДА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ ДЛЯ СОСТАВЛЕНИЯ ОТЧЕТНОСТИ

В соответствии с законодательством Республики Беларусь каждая организация должна составлять и предоставлять в соответствующие органы формы отчетности. Нередко возникают ситуации, когда величина фонда заработной платы в формах бухгалтерской, налоговой и статистической отчетности различна. В связи с этим у работников бухгалтерии возникают сложности с определением данной величины для форм отчетности.

Для рассмотрения вопросов включения определенного перечня выплат в формы налоговой и статистической отчетности проанализируем следующие формы отчетности: налоговая декларация по налогу на прибыль; отчет формы 4-фонд; отчет формы 1-мп.

Изучив нормативно-правовую базу, касающуюся регламентации заполнения вышеперечисленных форм отчетности, можно сделать вывод: конкретного перечня выплат, входящих в состав ФЗП, для форм налоговой и статистической отчетности нет. В связи с этим было изучено более 80 видов начислений с целью выявления сложных ситуаций, с кото-

рыми чаще всего сталкиваются бухгалтеры и экономисты. Стоит обратить внимание на следующие случаи:

- заработная плата, начисленная работникам с учетом повышений, предусмотренных законодательством Республики Беларусь, на основе часовых и (или) месячных тарифных ставок (окладов) за отработанное время для заполнения сведений декларации по налогу на прибыль и отчета формы 1-мп учитывается в полном размере, а для заполнения отчета формы 4-фонд — в размере, не превышающем 5-кратной величины средней заработной платы за предшествующий месяц в Республике Беларусь, что отслеживается по каждому работнику [1];

- суммы индексации заработной платы в связи с инфляцией, а также при несвоевременной ее выплате для заполнения сведений отчета формы 4-фонд и 1-мп учитываются в полном объеме, а для заполнения декларации по налогу на прибыль сверх норм, установленных законодательством, не учитываются [2].

Для заполнения всех изучаемых форм отчетности учитываются доплаты работникам до уровня минимальной заработной платы, установленной законодательством Республики Беларусь. Стоит отметить, что для налоговой декларации по налогу на прибыль и отчета формы 1-мп доплаты учитываются в размере меньше минимальной величины заработной платы, а для отчета формы 4-фонд учитываются в размере минимальной величины заработной платы [1].

Подводя итог вышесказанному, очевидна необходимость утверждения на законодательном уровне полного перечня выплат, которые будут включаться в ФЗП при заполнении необходимых сведений соответствующих форм отчетности.

Литература

1. Об утверждении перечня выплат, на которые не начисляются взносы по государственному социальному страхованию, в том числе по профессиональному пенсионному страхованию, в бюджет государственного внебюджетного ФСЗН Республики Беларусь и по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах» [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 25 янв. 1999 г., № 115 : в ред. от 21 марта 2017 г. № 209 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017. — Дата доступа 10.03.2017.

2. О некоторых вопросах, связанных с исчислением и уплатой налогов, сборов (пошлин), иных платежей, контроль за исчислением и уплатой которых осуществляют налоговые органы [Электронный ресурс] : постановление М-ва по налогам и сборам Респ. Беларусь, 24 дек. 2014 г., № 42 : в ред. от 31 янв. 2017 г. № 3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017. — Дата доступа: 10.03.2017.

В.И. Коцарева, С.В. Костюкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **И.В. Янушкевич** — канд. экон. наук

ОЦЕНКА ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ПЕРЕХОДА НА УПРОЩЕННУЮ СИСТЕМУ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Налоговым кодексом Республики Беларусь предусматриваются различные режимы налогообложения. При рассмотрении сути особых режимов налогообложения наибольший интерес вызывает упрощенная система налогообложения, отличительными особенностями которой являются: снижение налогового бремени на субъекты малого предпринимательства; максимальное упрощение порядка формирования налоговой базы; минимизация трудоемкости определения суммы налога, подлежащего уплате в бюджет.

Рассмотрение особенностей применения УСН позволило установить условия, определяющие ее выбор и применение, в числе которых позитивными являются: добровольность выбора УСН или возвращения на общую систему налогообложения; упрощение методики исчисления налога; предоставление льгот на уплату налогов, включаемых в себестоимость оказываемых услуг; зависимость ставки налога при УСН от необходимости уплаты НДС; ведение учета с использованием книги учета доходов и расходов.

В числе негативных сторон, присущих УСН, необходимо выделить необходимость: систематического контроля численности работников организации и величины валовой выручки в течение года; восстановления бухгалтерского учета при возвращении к общей системе налогообложения при несоблюдении значений установленных критериев использования УСН; уплаты налога при УСН при наличии убытка от деятельности организации; уплаты налога на прибыль в отношении дивидендов, приравненных к ним доходов и прибыли, полученной от реализации (погашения) ценных бумаг.

Для индивидуального предпринимателя, не являющегося плательщиком НДС и оказывающего транспортные услуги, целесообразность перехода на УСН определяется величиной дохода, остающегося в его распоряжении.

С целью определения максимально возможной величины дохода, остающегося в распоряжении ИП, необходимо сравнить калькуляции тарифа транспортных услуг, рассчитанных при различных системах налогообложения. Для сравнения используются тариф на оказание транспортной услуги при применении общей системы налогообложения и три варианта калькуляции тарифа, которые рассчитываются в условиях УСН. Для обоснования целесообразности перехода на УСН сравнение проводится по следующим направлениям: во-первых, при двух режимах налогообложения ИП имеет одинаковый доход, остающийся в его распоряжении; во-вторых, при двух режимах налогообложения ИП осуществляет деятельность в условиях одинакового уровня рента-

бельности затрат; в-третьих, при двух режимах налогообложения стоимость транспортной услуги одинаковая.

Результаты расчетных калькуляций по трем направлениям позволили сделать вывод о целесообразности перехода на особый режим налогообложения, поскольку при переходе на УСН возможно снижение стоимости тарифа транспортной услуги при условии, что ИП является активным участником на рынке транспортных услуг; при переходе на УСН возможна максимальная величина дохода, остающаяся в распоряжении индивидуального предпринимателя; при переходе на УСН возможно увеличение доходов индивидуального предпринимателя с неизменной стоимостью оказываемых транспортных услуг.

Литература

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) : 29 дек. 2009 г., № 71-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 13.06.2016 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2010. — № 4. — 2/1623.

Н.В. Кривецкая

Научный руководитель **В.Б. Гурко** — канд. экон. наук

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ И РАСХОДОВ НА УПРАВЛЕНИЕ

В статье рассматривается сущность, состав и структура расходов на реализацию и расходов на управление. Также обозначены основные проблемы, возникающие в ходе ведения бухгалтерского учета данных расходов, и определены рекомендации для устранения данных проблем.

В течение отчетного периода организация, осуществляющая торговую деятельность, для обеспечения нормального функционирования потребляет материальные, финансовые, трудовые и иные ресурсы. Их стоимость в зависимости от возможности получения в будущем экономической выгоды может быть отнесена на себестоимость долгосрочных или краткосрочных активов или включена в расходы отчетного периода — издержки обращения.

Издержки обращения — это выраженные в денежной форме затраты общественного труда на транспортировку товаров, оплату труда, содержание зданий, помещений, инвентаря, амортизацию основных средств и нематериальных активов, хранение товаров, пользование кредитом, имущественное страхование, на учет движения товаров и другие расходы, возникающие в сфере обращения [1].

В организации, осуществляющей торговую, торгово-производственную деятельность:

- к управленческим расходам относятся расходы, связанные с управлением организацией, учитываемые на счете 44 «Расходы на реали-

зацию» и списываемые в полной сумме при определении финансовых результатов в дебет сета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» (субсчет 90-5 «Управленческие расходы»);

- в состав расходов на реализацию включаются расходы, учитываемые на счете 44 «Расходы на реализацию» и списываемые в полной сумме (за исключением транспортных затрат, связанных с приобретением товаров и относящихся к товарам, оставшимся на конец месяца нереализованными, если данные транспортные затраты не включаются в стоимость приобретения товаров) в дебет сета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» (субсчет 90-6 «Расходы на реализацию») [2].

Таким образом, расходы, учитываемые на счете 44 «Расходы на реализацию», можно разделить на две группы: управленческие расходы и расходы, непосредственно связанные с реализацией товаров [3]. Их необходимо учитывать отдельно (например, на разных субсчетах), так как расходы на реализацию и управленческие расходы списываются в учете и отражаются в бухгалтерской отчетности по-разному. В Отчете о прибылях и убытках управленческие расходы показываются по строке 040 «Управленческие расходы», а расходы на реализацию — по строке 050 «Расходы на реализацию».

В состав расходов, связанных с управлением торговой организацией, целесообразно отнести: затраты на аренду и содержание офисных помещений, коммунальные и иные эксплуатационные расходы по офисным помещениям, амортизацию основных средств и нематериальных активов, используемых для нужд управления, расходы на оплату труда управленческого персонала и соответствующие отчисления на социальное страхование и обеспечение, стоимость услуг аудитора, консультационных и информационных услуг и прочие расходы.

К расходам на реализацию целесообразно отнести: транспортные расходы, связанные с доставкой товаров в торговую организацию, транспортные расходы, связанные с доставкой товаров покупателям, расходы на оплату труда торгового персонала и соответствующие отчисления на социальное страхование и обеспечение, аренду и обслуживание торговых и складских помещений, эксплуатационные расходы по ним, расходы на упаковку, предпродажную подготовку товаров, рекламные расходы и пр.

Кроме того, есть расходы, которые необходимо разделять на 2 части: расходы на реализацию и управление. Например, амортизация здания, где на первом этаже находится магазин, а на втором — офис (данные расходы распределяются пропорционально занимаемой площади); заработная плата работников администрации и торговых работников, аренда и содержание основных средств и нематериальных активов и др.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что методика учета управленческих расходов в Республике Беларусь является несовершенной. Управленческие расходы не должны отражаться на счете 44 «Расходы на реализацию», но, чтобы соблюсти нормы Инструкции № 102, целесообразно учитывать данные расходы на разных субсчетах. Напри-

мер: 44/1 — «Расходы на реализацию товаров», 44/2 — «Управленческие расходы». Такой порядок учета управленческих расходов не противоречит Инструкции по применению типового плана счетов бухгалтерского учета. Устранение выявленных недостатков обеспечит более правильное и точное отражение информации о затратах на реализацию.

Литература

1. Методические указания по составу и учету издержек обращения (производства), финансовых результатов деятельности организаций торговли и общественного питания [Электронный ресурс] : утв. приказом М-ва торговли Респ. Беларусь, 20 сент. 2002 г., № 86 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2008.

2. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 30 сент. 2011 г., № 102 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2012. — № 12. — 8/24697.

3. Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 29 сент. 2011 г., № 50 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2011. — 8/24548.

А.В. Лебедева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Д.А. Панков — д-р экон. наук

КЛАССИФИКАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ВЕНЧУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время одной из форм развития инновационных структур является венчурная деятельность.

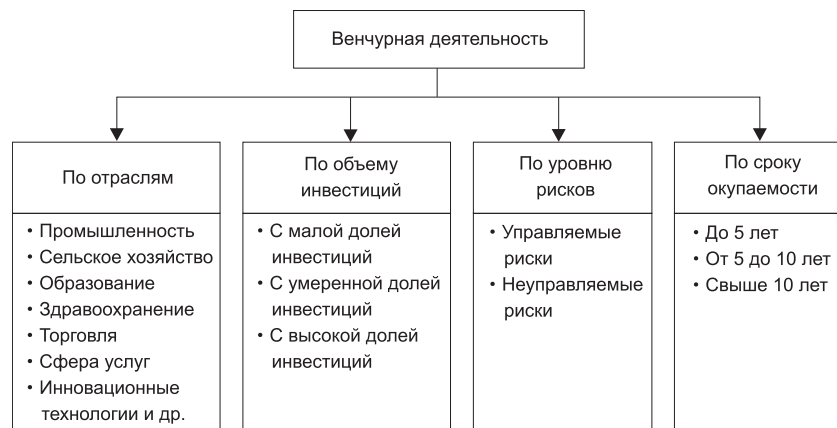
Понятие «венчур» происходит от английского слова «venture», которое в экономическом контексте переводится как «рискованная затея, рискованное предприятие».

Венчурную деятельность (предпринимательство) можно определить: в широком смысле — как любой вид рискованной деятельности, направленной на освоение новых ниш на рынке; в узком — как рискованную деятельность, направленную на создание принципиально новой продукции, технологии, вида услуг [1, с. 70].

Риски являются сопутствующими характеристиками для всей инвестиционной деятельности, но для венчурного инвестирования харак-

терно наличие более высокого риска на всех этапах осуществления инновационных проектов. При этом прогнозируемый эффект от инновационной деятельности должен иметь высокий инновационный и коммерческий результат с высоким уровнем рентабельности [2, с. 125].

Поскольку венчурная деятельность является новой малоизученной формой инвестиционной деятельности в Республике Беларусь, нами предложена следующая классификационная модель (см. рисунок).



Классификационная модель венчурной деятельности

Заметим, что все венчурные инвестиции — долгосрочные по своему сроку окупаемости. Однако для инвестора сроки окупаемости его инвестиции имеют немаловажное значение.

К числу наиболее актуальных проблем развития венчурной деятельности в нашей стране можно отнести следующие: совершенствование нормативно-правовой базы, особенно в части, касающейся определения прав и обязанностей сторон, а также институционализации требований к юридическому и бухгалтерскому сопровождению договоров по венчурной деятельности. Кроме этого, в силу новизны данного вида деятельности необходимо совершенствование теории, методологии, методики и организации адекватного отражения ее результатов в бухгалтерском, управленческом, налоговом учете.

Литература

1. *Вашко, И. М.* Экономика инноваций : пособие / И. М. Вашко, А. Д. Луцевич, Г. З. Суша. — Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2015. — 338 с.
2. *Лебедева, А. В.* Особенности венчурной деятельности и трансферов технологий и их влияние на методологию бухгалтерского учета : сб. науч. ст. / А. В. Лебедева // НИРС БГЭУ. — Минск : БГЭУ, 2017. — Вып. 6. — 323 с.

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Стремительное развитие сети Интернет, повышение скорости передачи данных неминуемо ведут к появлению альтернативных форм расчетов. Одним из таких инструментов являются электронные платежные системы (далее — ЭПС).

Следует отметить, что единого подхода к бухгалтерскому учету денег, которые находятся в электронном кошельке, нет. Бухгалтерский учет операций, которые производят при помощи ЭПС, законодательством не урегулирован. Типовым планом счетов Республики Беларусь не предусмотрено и специального счета для учета данных средств.

Оператор ЭПС осуществляет посреднические операции между продавцом и покупателем по проведению расчетов [1]. Ввиду этого денежные средства, находящиеся на счете оператора ЭПС, целесообразно отражать с использованием счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» с открытием специального субсчета «Расчеты в ЭПС».

Пример записей в бухгалтерском учете при расчетах с помощью электронных платежных систем:

1. Применительно к участнику системы:
 - a. Перевод средств на счет платежной электронной системы
Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»
Кредит счета 51 «Расчетные счета»;
 - b. Учет комиссии за перевод средств, в электронный кошелек
Дебет счета 26 «Общехозяйственные затраты»
Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;
 - c. Учет НДС с суммы комиссии
Дебет счета 18 «НДС по приобретенным товарам, работам, услугам»
Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;
 - d. Оплата поставщику товара или услуги
Дебет счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»
Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;
 - e. Получение оплаты от покупателя товаров или услуг
Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»
Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками».
2. Применительно к оператору платежной системы:
 - a. Получение средств от первого участника системы и зачисление на счет
Дебет счета 51 «Расчетные счета»
Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;

- b. Учет комиссии за перевод средств на электронный кошелек
Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»
Кредит счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности»;
- c. Учет НДС с суммы комиссии
Дебет счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности»
Кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам»;
- d. Перевод средств из виртуального электронного кошелька первого участника на виртуальный электронный кошелек второго участника
Дебет счета 76-1 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»
Кредит счета 76-2 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

Важной мерой, способной повысить доверие к электронным деньгам и создать единую систему интернет-платежей, может стать установление государственной монополии на выпуск сетевых денег [2], а предлагаемая нами методика позволяет применить единый подход при отражении в бухгалтерском учете, что в конечном счете приведет к снижению количества ошибок и разногласий с представителями контролирующих органов.

Литература

1. Антонов, Д. Электронные средства платежа / Д. Антонов // Консультант. — № 3. — 2013. — 203 с.
2. Об утверждении правил осуществления операций с электронными деньгами : постановление Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 26 нояб. 2003 г., № 201 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2003. — 8/10290.

Т.В. Мицура
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Н. Шибeko — канд. экон. наук

КОНЦЕПЦИИ АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ И ИХ РАЗВИТИЕ

Амортизация представляет собой особую экономическую категорию, выступающую одновременно и как издержки производства, и как ресурс воспроизводства. Как утверждают Д.А. Панков и Т.Н. Рыбак, амортизация — это возмещение в денежной форме стоимости износа основных средств. В настоящее время амортизационные отчисления, несмотря на их целевое назначение, направляются и на текущие нужды. В связи с этим происходит переосмысление сущности и роли амортизации.

Методы начисления амортизации основаны, по мнению американских ученых Р. Энтони и Дж. Риса, на трех концептуальных взглядах по отношению к данной бухгалтерской процедуре.

В соответствии с первой концепцией долгосрочный актив, используемый равномерно в течение срока службы, также равномерно обеспечивает ежегодное получение экономических выгод в течение этого срока. Эта концепция является основой равномерного метода или линейного метода начисления амортизации.

Вторая концепция основана на признании того факта, что предусматриваемые выгоды могут быть большими в первые годы использования актива по сравнению с последующими годами его эксплуатации. Это обусловлено тем обстоятельством, что с годами механическая эффективность долгосрочного актива имеет тенденцию к снижению, в то время как эксплуатационные издержки, наоборот, увеличиваются. Данное требование позволяет соблюдать такие ускоренные способы начисления амортизации, как способ уменьшаемого остатка, метод списания стоимости по сумме чисел лет срока использования.

Третья концепция исходит из положения о том, что начисление амортизации должно производиться в зависимости от объема работы, выполненной в том или ином отчетном периоде благодаря использованию данного актива. Данная концепция предполагает, что объем экономических выгод от использования актива зависит от интенсивности эксплуатации актива. Поэтому доходы от эксплуатации актива согласно этой концепции должны соответствовать расходам, т.е. произведенным суммам амортизационных отчислений по данному объекту (производительный метод).

Указанные концептуальные взгляды на амортизацию и методы начисления амортизации, основанные на этих концепциях, нашли отражение в МСФО, в соответствии с которыми предусматривается возможность применения данных методов с отдельными ограничениями в бухгалтерском учете основных средств и нематериальных активов.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь все эти способы могут быть использованы в современном учете при начислении амортизации по отдельным объектам основных средств, возможность применения которых предусмотрена в МСФО 16. По мнению профессора Туяковой, подходы к амортизации, выделенные указанными авторами, не включают концепцию, основой которой является предположение о том, что в начальные годы основные средства нуждаются в минимальных затратах, связанных с поддержанием их в рабочем состоянии. Выделение данного подхода как самостоятельной концепции основано на суждении о том, что объекты в первые годы эксплуатации не требуют ни капитального ремонта, ни модернизации и в наименьшей степени нуждаются в замене отдельных конструктивных составляющих этих объектов основных средств. Вследствие этого в первые годы их эксплуатации возможно начисление минимальной суммы амортизационных отчислений (замедленный метод начисления амортизации). Вместе с тем данный подход к амортизации в бухгалтерском учете не нашел отражения на уровне международных стандартов. В то же время он достаточно широко используется в учете для налогообложения прибыли во многих странах.

Амортизация неразрывно связана с прибылью организации (прибыль до налогообложения). Чем больше сумма амортизационных отчислений, тем меньше сумма прибыли. Вместе с тем организации, казалось бы, заинтересованы в росте величины амортизационных отчислений. Это позволяет наряду с увеличением суммы возмещаемой стоимости основных средств в притоке денежных средств уменьшить налог на прибыль. Однако эта заинтересованность имеет объективную границу: нормальный уровень прибыли данной организации. В рамках этого уровня прибыль должна быть достаточной для выплаты дивидендов, сохранения финансовой, погашения убытков объектов жилищно-коммунальной и социально-культурной сферы, для оказания материальной помощи работникам и т.п. Кроме того, часть прибыли объективно предназначена для финансирования инвестиций, необходимых для расширенного воспроизводства. Теоретические и практические исследования показали, что необходимо, с одной стороны, стремиться к максимальной объективности норм амортизации, а с другой — поддерживать нормальный уровень прибыли. С нашей точки зрения, этим определяется еще одна концепция амортизации, т.е. пятая концепция «Взаимозависимость амортизационных отчислений и прибыли», которая распространяется на все способы и методы амортизации.

Соблюдение данной концепции обеспечивает фискальные интересы государства в рамках налога на прибыль и, одновременно, интересы организации — в рамках наличия оптимальной структуры источников финансирования технического и социального развития организации.

Литература

1. Панков, Д. А. Бухгалтерский учет амортизации как элемента кругооборота капитала / Д. А. Панков, Т. Н. Рыбак // *Налоги Беларуси*. — 2014. — № 15.
2. Туякова, З. С. Методологические проблемы учета амортизации как инструмента управления восстановительной стоимостью / З. С. Туякова // *Все для бухгалтера*. — 2007. — № 14.

П.И. Паньков
ПГУ (Новополоцк)

Научный руководитель Л.В. Масько — канд. экон. наук

ПРИМЕНЕНИЕ ОПЫТА МСФО ПО УЧЕТУ ДЕРИВАТИВОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Текущее состояние бухгалтерского учета деривативов в Республике Беларусь можно описать следующим образом: в банковской системе Беларуси действует ряд нормативных актов, основанных на международных стандартах финансовой отчетности (МСФО), а бухгалтеру промыш-

ленного или торгового предприятий довольно затруднительно составить корреспонденции счетов по учету форвардов или иных деривативов из норм Инструкций по учету ценных бумаг от 22.12.2006 г. № 164 [1]. Для широкого распространения использования деривативов нефинансовыми организациями Республики Беларусь необходима разработка четких положений по бухгалтерскому учету операций с деривативами. Разные авторы в области бухгалтерского учета, изучающие данную проблематику, предлагают разные подходы к учету деривативов. Авторы предлагают различные методики по бухгалтерскому учету деривативов как с использованием текущих счетов, так и с введением новых счетов.

Считаем целесообразным в этой связи использовать опыт МСФО по учету деривативов, при том, что стандарты МСФО вступают в действие на территории Республики Беларусь с 1 января 2017 г. в качестве технических нормативно-правовых актов. Следовательно, необходим анализ положений МСФО по деривативам для интерпретации (вопросы признания и отсрочки признания, оценки и раскрытия в информации в отчетности) в бухгалтерском учете операций с производными инструментами в нефинансовых организациях Республики Беларусь.

В соответствии с МСФО производный инструмент (он же производный финансовый инструмент, он же дериватив) — финансовый инструмент или какой-либо иной договор, обладающий тремя следующими характеристиками: его стоимость меняется в результате изменения стоимости базового актива; для него не требуется первоначальной чистой инвестиции или требуется первоначальная чистая инвестиция, меньшая, чем та, которая была бы необходима для других видов договоров, которые, согласно ожиданиям, реагировали бы аналогичным образом на изменения рыночных факторов; расчеты по нему осуществляются в будущем [2, с. 16].

По квалификации в бухгалтерском учете на основе положений МСФО можно выделить непосредственно деривативы, которые оцениваются по справедливой стоимости, а если к ним еще применяется «учет хеджирования», то изменения справедливой стоимости деривативов откладываются до момента поступления компенсирующих денежных потоков. При этом есть два типа деривативов: неопределенные для «учета хеджирования» или спекулятивные, по которым необходима переоценка справедливой стоимости на отчетные даты до момента исполнения дериватива, и те, для которых применяется «учет хеджирования», что подразумевает наличие формально определенных организацией отношений хеджирования по конкретному деривативу и соответствие критериям эффективности хеджирования. Понятие «учет хеджирования» является одним из ключевых положений стандарта МСФО 9.

В дальнейшем ставится задача на примерах рассмотреть применение указанных выше положений, на основании чего можно будет разработать типовой порядок учета операций с деривативами.

Литература

1. Хеджирование по-белорусски: борьба вслепую [Электронный ресурс] // Экономическая газета. — Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytij/hedzhirovanie-po-belorusski---borba-vslepuu>. — Дата доступа: 25.01.2017.
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» [Электронный ресурс] // eIFRS. — Режим доступа: <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bn-standards/ru/2013/Red/ifrs09.pdf>. — Дата доступа: 25.01.2017.

Л.А. Романчук

ЛНУ им. И. Франка (Львов)

Научный руководитель **Н.О. Лобода** — канд. экон. наук

МИРОВОЙ ОПЫТ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Основные средства представляют собой неотъемлемую часть активов предприятия. Главной целью приобретения основных средств является использование их в процессе производства продукции, оказания услуг или реализации товаров. Каждая страна учитывает основные средства по своим стандартам или нормам.

Тема международного опыта в сфере учета основных средств является весьма актуальной даже на международном уровне, поскольку каждой стране хочется найти идеальный путь данного учета.

Целью данного исследования является сравнение МСФО нормативно-правовыми актами различных стран в разрезе учета основных средств и поиск оптимального решения относительно ведения данного учета.

Разница в стандартах бухгалтерского учета стран между собой и с МСФО в частности весьма ощутима. Например, каждая страна по-своему определяет состав основных средств. Эти различия приведены в табл. 1.

Таблица 1

Элементы основных средств у разных странах и МСФО

Элементы основных средств	Страны для сравнения				МСФО 16
	Украина (П(С)БО7)	Беларусь	США (ASC 360)	Великобритания (FRS 102)	
1	2	3	4	5	6
Земельные участки	+	-	+	+	+
Капитальные затраты на улучшение земель, не связанные со строительством	+	-	-	-	-

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6
Здания, сооружения и передаточные устройства	+	+	+	+	+
Машины и оборудование	+	+	-	+	+
Транспортные средства	+	+	-	+	+
Инструменты, приборы, инвентарь	+	+	-	+	+
Животные	+	+	-	-	-
Многолетние насаждения	+	+	-	-	-
Прочие основные средства	+	+	+	+	+

Источник: составлено автором на основе источников [1, 2, 3, 4, 5].

Общим для всех систем является то, что основные средства зачисляются на баланс по первоначальной стоимости, которая включает в себя расходы, связанные с перевозкой, установлением основных средств, расходы таможенных платежей и косвенных налогов. В случае изготовления вручную — еще и стоимость материалов.

Таблица 2

Методы начисления амортизации стран

Х	Украина	Беларусь	США	Великобритания	МСФО
Название методов	Прямой. Уменьшение остатков. Ускоренное уменьшение остатков стоим. Кумулятивный	Прямой. Нелинейный. Производственный	Прямой. Уменьшение остатков. Суммы цифр лет	Прямой. Уменьшение остатков. Производственный	Прямой. Уменьшение остатков. Суммы единиц продукции

Источник: составлено автором на основе источников [1, 2, 3, 4, 5].

Итак, из таблиц видно, что только система США существенно отличается от других стран по составу основных средств, но похожа по методам их амортизации. Предприятия США могут самостоятельно разрабатывать план счетов в зависимости от своей специфики деятельности, а законодательство страны регулирует только ведение финансовой отчетности. И это является оптимальным решением для каждого пред-

приятия, но отрицательным для государственного контроля. Как будущий предприниматель, я хотела бы совершенствования систем учета, как амортизации, так и ведения финансовой отчетности.

Литература

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 (МСБО 16) «Основні засоби» [Електронний ресурс]. — Режим доступа: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_014.
2. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ М-ва фінансів України, 27 квітня 2000 р., № 92 // Міністерства юстиції України. — 2000. — № 288/4509.
3. Financial Reporting Standard 102 [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.frc.org.uk/>. — Date of access: 25.03.2017.
4. Accounting Standards Codification 360, Property, Plant, and Equipment [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.iasplus.com/en-us/standards/fasb/assets/asc360>.
5. Об утверждении инструкции по бухгалтерскому учету основных средств [Электронный ресурс]: постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 30 апр. 2012 г., № 26 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W21226355&p1=1>. — Дата доступа: 25.03.2017.

А.А. Терешонок
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель П.Я. Папковская — д-р экон. наук

БАЛАНСОВЕДЕНИЕ — ОСНОВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В СЧЕТОВОДСТВЕ

Балансоведение — это наука об экономической сущности бухгалтерского баланса, принципах его построения, правилах оценки статей и использовании балансовой информации для управленческого учета. Предметом балансоведения принято считать непосредственно бухгалтерский баланс. Без знания об экономической сущности, принципах построения и использования бухгалтерского баланса сформировать четкое представление об финансовых результатах предприятия было бы невозможно. По данным бухгалтерского баланса производится анализ структуры активов организации, эффективности, использования оборотных средств, платежеспособности и кредитоспособности [1].

Бухгалтерский баланс — способ группировки и обобщенного отражения в денежном измерении имущества (активов) по составу и размещению, а также по источникам их формирования на определенную дату [2].

У истоков балансоведения стояли юристы, именно они сформировали основные требования, которым должен соответствовать бухгалтерский баланс:

- точность;
- ясность;
- правдивость;
- преемственность;
- единство.

Графически баланс имеет форму таблицы, которая состоит из двух частей: левая — актив, правая — пассив. В балансе обязательным условием является равенство итогов актива и пассива. Каждая группа средств и их источников, указанная в балансе под своим наименованием и выраженная определенной суммой, называется статьей бухгалтерского баланса. Балансовые статьи объединяются в группы, группы — в разделы.

В активе баланса выделяют 2 раздела: долгосрочные активы и краткосрочные активы.

В пассиве 3 раздела: собственный капитал, долгосрочные обязательства и краткосрочные обязательства.

Бухгалтерский баланс позволяет оценить состав и структуру имущества, мобильность и оборачиваемость активов, состояние и динамика кредиторской дебиторской задолженности, конечный финансовый результат (прибыль/убыток). Баланс дает представление управляющему персоналу о состоянии организации, показывает, чем владеет собственник, каков запас материальных средств и как он используется.

Литература

1. Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве: учеб. пособие / А. П. Михалкевич [и др.] ; под общ. ред. А. П. Михалкевича. — Минск : БГЭУ, 2004. — С. 603.
2. Папковская, П. Я. Курс теории бухгалтерского учета: учеб. пособие / П. Я. Папковская. — 4-е изд. — Минск : Информпресс, 2004. — С. 32.

Секция 6

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СТАТИСТИКИ

А.Б. Бельский
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.С. Бокун — канд. экон. наук

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

Различие денежных доходов населения в регионах обусловлено объективными факторами, такими как выгодность географического положения, наличие природных ресурсов, уровень развития промышленности и сферы услуг. Использование статистических методов при его изучении позволяет обеспечить научное обоснование региональной социально-экономической политики и прогнозирование спроса на товары и услуги. Целью данной работы является выявление факторов, влияющих на величину доходов населения (зарботной платы) в регионах с различным уровнем качества жизни и экономического развития.

В результате проведения кластерного анализа районы и города областного подчинения Республики Беларусь были разделены на 4 группы по уровню экономического развития и качества жизни: экономические центры (25 крупных городов и развитых районов с самой высокой средней зарплатой), перспективные районы (17 пригородных и динамично развивающихся районов), «средняки» (53 района) и аутсайдеры (33 района с наиболее низкой зарплатой).

Корреляционно-регрессионный анализ, выполненный для каждого кластера отдельно по данным официальной статистики [1] за 2015 г., позволил установить, что в экономических центрах средняя зарботная плата зависит преимущественно от производительности труда, при увеличении которой на 1 млн руб. (до деноминации) зарплата возрастает в среднем на 1,55 тыс. руб., а также от величины материальных затрат на 1000 руб. произведенной продукции (их снижение на 1 руб. обеспечивает рост средней зарботной платы в среднем на 7,75 тыс. руб.).

В перспективных районах дифференциация оплаты труда в первую очередь обусловлена различиями в удельных весах населения в трудоспособном возрасте: чем больше доступной рабочей силы, тем больше эффективных, производительных предприятий предпочитают размещение в этих регионах. При увеличении доли трудоспособного населения на 1 процентный пункт средняя зарплата в них возрастает на 197,2 тыс. руб. в среднем.

Наиболее значимыми факторами, формирующими различия в оплате труда в регионах-«средняках», оказались производительность

труда и уровень развития малого предпринимательства (доля малых и микроорганизаций в общем числе организаций района). Рост производительности труда на 1 млн руб. позволяет обеспечить увеличение средней зарплат в этих районах на 3976 руб., а доли малых и микроорганизаций на 1 процентный пункт — увеличение средней зарплат на 9358 руб. в среднем.

И, наконец, в регионах-аутсайдерах величина средней зарботной платы находится в зависимости в первую очередь от уровня развития промышленности (объема промышленного производства на душу населения). При его увеличении на 1 тыс. руб. зарботная плата возрастает в среднем на 19 руб.

Таким образом, в экономических центрах целесообразно осуществление строительства новых производственных и офисных помещений с целью увеличения их предложения на рынке, введение налоговых льгот для предприятий, обеспечивающих продуктивные рабочие места. В регионах-аутсайдерах при прочих равных условиях среди видов деятельности следует развивать промышленность, в «средняках» — стимулировать предпринимательскую активность, создание частных малых и микроорганизаций. Развитие инфраструктуры «перспективных» районов, транспортного сообщения с крупными городами позволит удержать в них молодых специалистов, что будет способствовать повышению в них зарплат.

Литература

1. Регионы Республики Беларусь, 2016 : стат. сб. : в 2 т. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. — Минск, 2016. — Т. 1 : Социально-экономические показатели. — 774 с.

В.В. Жарская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Е. Шарилова — канд. экон. наук

АНАЛИЗ СЕЗОННОСТИ МЛАДЕНЧЕСКОЙ СМЕРТНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Младенческую смертность традиционно выделяют в системе показателей смертности. Ее значение определяется тем, что смертность на первом году жизни намного выше, чем в последующих возрастах, поэтому от ее уровня в значительной степени зависят весь дальнейший порядок вымирания поколения и размеры средней продолжительности предстоящей жизни.

С середины XX в. в Республике Беларусь отчетливо проявляется тенденция к снижению младенческой смертности. Так, ее уровень уменьшился с 7,1‰ в 2005 г. до 3,0 ‰ в 2015 г., т.е. на 57,7 %. При

этом, если в городской местности коэффициент смертности детей до года снизился за рассматриваемый период на 53,3 %, то в сельской — на 64 %. Это объясняется отлаженной системой организации медицинской помощи детям, оснащением детских областных больниц новым оборудованием для проведения сложных операций, внедрением новых методов лечения врожденных аномалий. Кроме того, этому способствовало создание и деятельность республиканских научно-практических центров, позволяющих оказывать качественную высокотехнологическую помощь детям вне зависимости от места жительства.

Впервые за долгие годы коэффициент младенческой смертности в 2016 г. вырос до 3,2 ‰. В большей степени он увеличился в Минске с 2,2 ‰ в 2015 г. до 3,1 ‰ в 2016 г. Это объясняется тем, что беременных женщин с серьезными патологиями привозят лечить и рожать именно в Минск, так как в столице лучше уровень оснащения больниц и клиник, а также технологии родовспоможения.

Самый низкий показатель младенческой смертности в 2016 г. достигнут в сельской местности Брестской области — 2,2 ‰. Ниже республиканского уровня наблюдаются показатели в Витебской и Гомельской областях, где коэффициент младенческой смертности составил 2,8 ‰, Гродненской области (3,0 ‰), в Минске и Могилевской области (3,1 ‰). Выше, чем других регионах, уровень младенческой смертности отмечается в городской местности Минской (4,2 ‰) и Брестской (3,9 ‰) областей, а также по сельскому населению Витебской области (4,2 ‰).

Немаловажным биологическим фактором, влияющим на младенческую смертность, является пол ребенка. На протяжении всего периода с 2000 до 2016 г. младенцы мужского пола умирали чаще, чем младенцы женского пола. В 2016 г. детей до одного года мужского пола умерло на 20 % больше, чем детей этого возраста женского пола.

В соответствии с основными медико-биологическими периодами первого года жизни ребенка принято выделять перинатальную (с 22 недель беременности до полных семи дней жизни новорожденного), неонатальную (28 полных дней после рождения) и постнеонатальную смертность (от 28 дней до 1 года). Наибольший удельный вес в составе умерших в перинатальном периоде занимают мертворождения. Следует отметить, что тенденций к уменьшению или увеличению данного показателя не наблюдается, поскольку смертность в этот период связана, главным образом, с врожденными аномалиями развития плода, неблагоприятными родами, т.е. причинами, которые на современном этапе развития медицинской науки сложно предотвратить.

Основными же причинами смерти младенцев в настоящее время в Республике являются два класса болезней: врожденные аномалии и состояния, возникающие в перинатальном периоде. Их доля в структуре причин смерти младенцев возросла за 2013–2016 гг. на 4,3 процентных пункта и составила 71,58 %. Отдельные состояния, возникающие в перинатальном периоде, включают смерти новорожденных, вызванные

родовой травмой, асфиксией, гемолитической болезнью, поражениями плода, обусловленными хроническими заболеваниями матери или осложнениями беременности и родов.

Беларусь занимает первое место среди стран СНГ по уровню младенческой смертности, а также лидирующие позиции в мире. Лидерами по этому показателю являются такие страны, как Люксембург и Исландия, у которых 1,6 случая на 1000 рождений за 2014 г. А аутсайдерами являются такие государства, как Иран, где коэффициент младенческой смертности в 2014 г. составил 13,9 ‰, Турция — 12,3, Мексика, Румыния и др.

Одна из характерных черт изменений в младенческой смертности — ослабление ее зависимости от времени года. Однако для Республики Беларусь сезонность продолжает оставаться характерной чертой, достигая пиков в весенние и летние месяцы. В это время основной причиной младенческой смертности являются болезни органов желудочно-кишечного тракта. В плановой работе медицинских учреждений следует учесть, что в весенние и летние месяцы требуется максимальное сосредоточение деятельности по оказанию помощи беременным женщинам и новорожденным.

Аналитическое выравнивание ряда динамики числа умерших младенцев за 2011–2016 гг. показало, что средний квартальный уровень числа умерших детей до 1 года в течении 6-летнего периода составил 97,7 чел., а ежеквартальное снижение числа умерших детей до 1 года составило 0,3 чел. Интервал прогнозного значения численности умерших младенцев на I квартал 2017 г. составляет от 80 до 101 чел.

Таким образом, показатель интенсивности младенческой смертности является одним из основных измерителей здоровья нации, индикатором качества медицинской помощи женщинам и детям, а также характеризует социально-экономические условия жизни в стране в целом.

Литература

1. Демографический ежегодник Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; отв. за вып. И. В. Медведева. — Минск, 2016. — 304 с.
2. Василевская, Л. И. Социально-экономическая статистика : учеб. пособие / Л. И. Василевская. — Минск : БГЭУ, 2011. — 212 с.
3. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; отв. за вып. И. В. Медведева. — Минск, 2016. — 37 с.
4. Агабекова, Н. В. Оценка состояния младенческой смертности в Республике Беларусь в свете требований международных демографических стандартов [Электронный ресурс] / Н. В. Агабекова // Вестник БГЭУ. — Режим доступа: http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/9333/2/Agabekova%20N.%201998_3.pdf. — Дата доступа: 27.03.2017.

А.В. Кишкович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.Г. Кулак — канд. экон. наук

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Финансовая деятельность коммерческих банков находит отражение в экономических показателях, характеризующих поступление, распределение и использование денежных средств, размер и структуру задолженности и др. Среди них особая роль отводится системе показателей, раскрывающих конечные финансовые результаты. Их анализ дает возможность оценить эффективность функционирования и финансовое положение коммерческих банков.

В Республике Беларусь на начало 2017 г. функционировало 24 коммерческих банка, эффективность и результативность которых и стала объектом данного исследования [1].

Изучение структуры совокупных доходов исследуемых коммерческих банков показало, что наибольший удельный вес занимают процентные доходы от платного размещения собственных и привлеченных средств: кредитов, вложений в долгосрочные обязательства, а также различных учетных операций.

В 2016 г. по сравнению с 2009 г. удельный вес процентных доходов в общей величине суммарных доходов коммерческих банков увеличился на 3,1 п.п., а доля комиссионных доходов уменьшилась на 0,8 п.п. Это свидетельствует о повышении роли основного источника формирования банковских доходов — доходов от процентных операций. Удельный вес прочих доходов в общей величине суммарных доходов коммерческих банков изменился незначительно (увеличился на 0,1 п.п.), а доля операционных доходов уменьшилась на 0,8 п.п. [1].

В исследуемых банках преобладающая часть расходов относится к процентным. Наибольшие суммы процентов чаще всего выплачиваются по вкладам населения и кредитам, получаемым на межбанковском рынке, депозитам юридических лиц, депозитным сертификатам, ценным бумагам (облигациям, процентным векселям).

В 2016 г. по сравнению с 2009 г. доля процентных расходов в общей величине суммарных расходов коммерческих банков уменьшилась на 10 п.п. Также значительные изменения наблюдаются в удельном весе прочих расходов коммерческих банков (их доля увеличилась на 7,9 п.п.), в то время как удельный вес операционных расходов коммерческих банков страны, связанных с содержанием персонала и административно-хозяйственными операциями, увеличился в изучаемом периоде на 0,6 п.п. [1].

Анализ рентабельности по совокупности банков позволяет сформулировать следующие выводы: уровни общей рентабельности и рента-

бельности собственного капитала в 2016 г. стали выше, чем в 2009 г. (на 9,6 и 2,4 п.п. соответственно). Уровень рентабельности собственного капитала в 2016 г. по сравнению с 2009 г. не изменился и составлял 1,4 %. Особенно следует отметить динамику рентабельности банковских услуг, рассчитываемую соотношением прибыли и банковских расходов, так как в целом сокращение наблюдалось именно по этому показателю. В 2016 г. по сравнению с 2009 г. рентабельность банковских услуг снизилась на 1,1 п.п. Ухудшение значений всех рассматриваемых показателей рентабельности по сравнению с предыдущим периодом наблюдалось в 2011 и 2015 гг. Следует отметить, что наиболее эффективным для коммерческих банков Республики Беларусь в течение исследуемого периода оказался 2014 г. [1].

На наш взгляд, существует ряд факторов, которые оказали влияние на падение эффективности банковского сектора Республики Беларусь. Так, одним из них является кризис в российской экономике, т.е. падение цен на нефть, введение санкций со стороны Евросоюза и США, девальвация российского рубля, а поскольку экономика Республики Беларусь тесно коррелирует с экономикой России, то это, конечно, отразилось и на нашей стране, а впоследствии и на банковском секторе.

Литература

1. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/system/Banks/FinancialPosition/BalanceSheet.%20>. — Дата доступа: 06.04.2017.

А.А. Ковалев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Е. Шарилова — канд. экон. наук

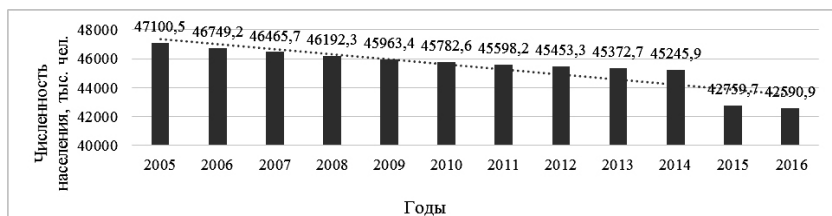
ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В УКРАИНЕ

Среди глобальных проблем современности особое место принадлежит демографической проблеме, обуславливающей развитие практически всех глобальных проблем человечества. Статистический анализ демографической ситуации имеет научное и практическое значение для разработки демографических прогнозов.

Цель работы — исследование демографических процессов в Украине.

Самой важной характеристикой демографической ситуации является численность населения, представленная на рисунке.

Общая численность населения Украины на начало 2016 г. меньше, чем на начало 2005 г. на 4509,6 тыс. чел., или на 9,57 %. За анализируемый период в среднем ежегодно численность населения Украины снижалась на 410 тыс. чел., или на 0,9 %.



Динамика численности населения Украины за 2005–2016 гг. (на начало года), тыс. чел.

Для более глубокого анализа демографической ситуации в Украине в период 2005–2016 гг. рассчитаны различные демографические коэффициенты.

При анализе рассчитанных показателей выявлено, что в сравнении с 2005 г. в 2016 г. демографическая ситуация в Украине улучшилась. Несмотря на то, что численность населения на начало 2016 г. уменьшилась по сравнению с началом 2005 г. на 4509,6 тыс. чел., коэффициент рождаемости увеличился на 0,27 п.п., а коэффициент смертности в свою очередь уменьшился на 2,90 п.п. В 2016 г. коэффициент естественного прироста не принял положительное значение, однако вырос по сравнению с 2005 г. на 3,18 п.п. Коэффициент младенческой смертности к 2016 г. снизился на 2,65 п.п.

Проведен сравнительный анализ основных демографических параметров в Украине с демографическими показателями по Республике Беларусь. Для обобщения всех полученных данных составлена сравнительная таблица по основным демографическим показателям Украины и Республики Беларусь.

Основные демографические показатели Украины и Республики Беларусь за 2016 г.

Показатель	Украина	Республика Беларусь
Коэффициент рождаемости, ‰	9,3	12,4
Коэффициент смертности, ‰	13,7	12,6
Коэффициент естественного прироста, ‰	-4,4	-0,2
Средняя ожидаемая продолжительность жизни, лет	71,4	73,9
Средний возраст, лет	40,7	40,1
Соотношение лиц в возрасте 0–14/15–64/65+ лет, %	15,1/69,3/15,6	16,0/69,8/14,2
Соотношение полов (мужчины/женщины)	53,7/46,3	53,4/46,6

Анализируя весь вышеизложенный материал, можно сделать следующий вывод: несмотря на значительную разницу в численности населения между Украиной и Республикой Беларусь, эти две европейские страны незначительно различаются по ряду параметров, характеризующих демографическую ситуацию.

Литература

1. Населення та міграція [Электронный ресурс] // Державна служба статистики України. — Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. — Дата доступа: 25.03.2017.
2. Статистика населения [Электронный ресурс] / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Республика Беларусь, 1998–2017. — Режим доступа: <http://www.demdata.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 27.03.2017.
3. Цвигун, И. Ф. Демографическая безопасность и демографические угрозы: особенности Украины / И. Ф. Цвигун // Экономика и предпринимательство. — 2013. — № 12.

Я.Д. Макуцевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Е.Е. Макаревич** — канд. экон. наук

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ТОВАРНО-ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь является небольшой по размеру страной с малой открытой экономикой, что предопределяет высокую степень зависимости от внешней торговли и, соответственно, внешней экономической деятельности. В 2016 г. общий экспорт Республики Беларусь составлял почти 24 млрд долл. США, а импорт — 28 млрд долл. США. Сальдо внешней торговли составляло -4 млрд долл. США [1]. Существует ряд причин, определяющих превышение импорта над экспортом, среди которых наиболее значимыми являются снижение спроса на белорусские товары, зависимость от внешних источников сырья, вступление России в ВТО. Снижение спроса на продукцию белорусских предприятий в России обусловила общая стагнация спроса в экономике страны.

Основными торговыми партнерами Республики Беларусь по экспорту являются Россия, Великобритания, Украина, Нидерланды и Германия; по импорту — Россия, Китай, Германия, Украина и Польша.

Из общего объема экспорта Республики Беларусь в январе 2016 г. на долю России приходилось 34,8 %, а на долю ЕС — 37,2 %. Что касается импорта в Беларусь, то в 2016 г. главным партнером являлась Россия (57,8 %), в то время как доля ЕС составила 17,5 % [1].

Таблица 1

Основные экспортируемые товары из Республики Беларусь [2]

Основные экспортируемые товары	Доля в общем объеме экспорта, %
Минеральные продукты	30
Продукты химической промышленности	16
Продукты животного происхождения	10
Оборудование и механизмы	6,5

К основным экспортируемым товарам из Беларуси в Россию относятся сыры и творог (6,06 %), молоко и сливки (4,42 %), грузовые автомобили (4,18 %), нефтепродукты (3,58 %), тракторы и тягачи (2,18 %). Что касается Великобритании, Украины, Германии и Нидерландов, то более 80 % экспорта из Беларуси приходилось на нефтепродукты [3].

Таким образом, приведенные выше статистические данные указывают на то, что специализация Беларуси в мировой экономике — экспорт нефтепродуктов, полученных из сырой нефти, поставляемой из России. Вместе с тем такая специализация в настоящее время является больше проблемой, нежели достоинством, в связи с тем, что Россия уменьшила на 12 % экспорт нефти в Беларусь в I квартале 2017 г.

Таблица 2

Основные импортируемые товары в Республики Беларусь [2]

Основные импортируемые товары	Доля в общем объеме экспорта, %
Минеральные продукты	31
Машины и оборудование	16
Недрагоценные металлы	16
Продукты химической промышленности	8
Продукты растительного происхождения	7

Как было отмечено выше, основные поставки в Беларусь из России приходились на сырую нефть (33,02 %). На втором месте находятся поставки природного газа (15,84 %), что так же немаловажно для Республики Беларусь, так как своих залежей природного газа в Беларуси нет [3].

Китай обеспечивает белорусскую экономику сравнительно дешевой сложной техникой, а также товарами массового потребления. Благодаря этому экономическое сотрудничество с Китаем активно развивается.

В 2015 г. товаром, который в наибольшем объеме Беларусь импортировала из Украины, было биотопливо, на долю которого пришлось 22 % экспорта. Также среди востребованных украинских товаров лиди-

рующие позиции заняло подсолнечное масло (4,32 %) и продукты переработки подсолнечника (14,04 %) [2].

Анализ укрупненной товарной структуры экспорта за период 2005–2014 гг. позволяет определить группу товаров, преобладающих в структуре белорусского экспорта. Можно отметить, что удельный вес промежуточных товаров (32,7–37,4 %) значительно превышает удельные веса инвестиционных (9,4–14,2 %) и потребительских товаров (14,1–21,9 %) [4].

В укрупненной товарной структуре импорта Беларуси так же, как и в экспорте, доминируют промежуточные товары (33,6–39,2 %), удельный вес которых значительно превышал долю как потребительских (7,1–22,8 %), так и инвестиционных товаров (8,7–13,8 %) [4].

Таким образом, негативная оценка состояния внешней торговли Беларуси определена тем, что товарная и географическая структуры экспорта и импорта недостаточно диверсифицированы. Основными странами — партнерами Республики Беларусь по экспорту и импорту являются Россия и в разной степени страны ЕС, при этом торговля промежуточными товарами преобладает над торговлей потребительскими и инвестиционными товарами. Необходимо также отметить, что за последние десять лет существенных изменений не произошло, что указывает на сохранение зависимости от ограниченного числа товаров и стран. Изменения в динамике и структуре внешней торговли в основном обусловлены колебаниями мировых цен на сырьевые товары (нефть, калийные удобрения) и изменениями внешнего спроса на белорусскую продукцию, прежде всего со стороны российского рынка.

Целесообразным представляется освоение компаниями Республики Беларусь новых рынков, а также увеличение числа товарных позиций, поставляемых на внешние рынки, что позволит сократить зависимость страны от внешнего влияния.

Литература

1. Товарная структура экспорта и импорта Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 18.03.2017.
2. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; И. В. Медведева [и др.]. — Минск, 2016. — 395 с.
3. Внешняя торговля Российской Федерации с Республикой Беларусь [Электронный ресурс] // Единый портал внешнеэкономической информации. — Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/by/by_ru_relations/by_ru_trade/. — Дата доступа: 21.03.2017.
4. Абрамчук, Н. Оценка состояния внешней торговли Беларуси: товарный аспект / Н. Абрамчук // Банк. вестн. — 2016. — № 2 (631). — С. 46–53.

А.А. Милковская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Н.Э. Пекарская** — канд. экон. наук

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ РОЖДАЕМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Актуальность темы заключается в том, что уменьшение рождаемости является главной проблемой демографии. Уровень рождаемости определяет темпы воспроизводства населения и демографическую ситуацию в стране. В последние десятилетия демографические проблемы привлекают внимание как специалистов, так и широкой общественности, приобретая при этом все большее значение.

На протяжении всего исследуемого периода с 2000 по 2015 г. общий коэффициент рождаемости имел тенденцию к росту с 9,4 до 12,6 ‰, как и специальный коэффициент рождаемости — с 33,2 до 48,5 ‰. Специальный коэффициент рождаемости ежегодно возрастал более значительно, нежели общий коэффициент рождаемости, что говорит о росте рождаемости не только за счет увеличения общей численности населения. Стоит отметить, что на протяжении исследуемого периода численность женщин репродуктивного возраста в некоторые годы снижалась, однако специальный коэффициент рождаемости имел тенденцию к росту в эти периоды, что означает увеличение числа детей, рожденных одной женщиной.

Положительная динамика общего и специального коэффициента рождаемости в нашей стране объясняется проведением государственной демографической политики, направленной на увеличение рождаемости в стране путем определения экономической значимости роста данного показателя, а также предоставления льгот семьям, имеющим 3 и более детей.

За исследуемый период наибольшее число рождений зафиксировано у матерей в возрасте 25–29 лет, хотя в 2007 г. наибольшее число рождений наблюдалось у матерей в возрасте 20–24 года. Это связано с предпочтением женщин заводить детей, находясь в более стабильном положении: имея образование и постоянное место работы.

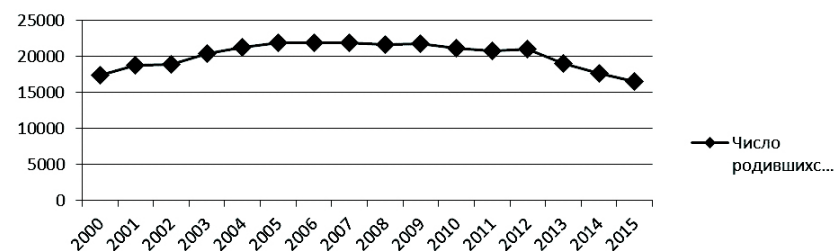
Стоит заметить, что на протяжении всего периода увеличивается число рождений женщинами в 35–39 лет. Раньше этот возраст считался достаточно поздним для рождений, однако с развитием общества и медицинских технологий ситуация меняется.

За весь исследуемый период наименьшими являются повозрастные коэффициенты в возрасте 40–44 и 45–49 лет. Это связано с медицинскими противопоказаниями и страхом женщин не выносить ребенка в таком возрасте, а также с тем, что к такому возрасту чаще всего женщины уже имеют желаемое количество детей.

Что же касается рождаемости после 50 лет, то она является крайне редким явлением в нашей стране, как и рождение 6-го и более ребенка. Ни один из этих показателей не достигает 100 значений в год.

По итогам 2015 г. наибольшее количество детей, рожденных у женщин, не состоящих в зарегистрированном браке, приходится на женщин в возрасте 25–29 и 30–34 лет. В основе роста этих показателей находится распространение незарегистрированных браков, а также предпочтение женщин первоначально обзавестись карьерой.

Значительную долю занимает число рожденных детей у матерей, не состоящих в зарегистрированном браке, в возрасте 15–19 лет. На протяжении исследуемого периода показатель снизился с 3284 детей в 2000 г. до 1186 детей в 2015 г., что является положительной тенденцией, однако проблема ранних рождений все еще имеет место в нашей стране.



Динамика численности родившихся у женщин, не состоящих в зарегистрированном браке за 2000–2015 гг.

В 2015 г. по сравнению с 2000 г. внебрачная рождаемость снизилась с 17 442 до 16 463 чел., однако нельзя сказать о постоянной тенденции к снижению, так как с 2002 по 2008 г. наблюдался рост. С 2012 г. и до настоящего времени число детей, рожденных у матерей, не состоящих в зарегистрированном браке, уверенно снижается.

Общий коэффициент рождаемости в 2015 г. по сравнению с 2005 г. увеличился на 3,2 ‰, что составило 34,4 ‰. За счет специального коэффициента рождаемости произошло увеличение на 44,68 ‰, и общий коэффициент рождаемости увеличился на, за счет изменения доли женщин репродуктивного возраста в общей численности женщин общий коэффициент рождаемости снизился на 8,09 ‰ и за счет изменения доли женщин в общей численности населения общий коэффициент рождаемости увеличился на 0,8 ‰, что составило 0,1 ‰.

По результатам прогноза, численность рождений будет иметь тенденцию к росту и к 2019 г. достигнет значения 128,480 тыс. чел., что является положительным результатом для нашей страны с точки зрения «омоложения» населения и сохранения естественного прироста населения, так как последние несколько лет, за исключением 2015 г., в стране наблюдалась естественная убыль.

А.А. Цагойко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **М.М. Новиков** — д-р экон. наук

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ СЕЗОННОЙ ЦИКЛИЧНОСТИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВВП И ВДС СФЕРЫ ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРОВ

Регулирование национальной экономики невозможно без прогнозирования макроэкономических показателей, при этом для создания достаточно точных, научно обоснованных прогнозов необходимо учитывать не только основную тенденцию динамического ряда макроэкономических показателей, но и их циклическую колеблемость, в том числе и сезонную. В связи с этим изучение сезонной цикличности является актуальным направлением статистической науки. Цель настоящего исследования заключается в изучении сезонной цикличности ВВП Республики Беларусь и ее взаимосвязи с сезонной цикличностью ВДС сферы производства товаров.

Сезонные колебания представляют собой такие изменения в динамике экономических показателей, которые имеют место в различные периоды в течение года, регулярно повторяются из года в год [1, с. 288] и вызваны действием комплекса в первую очередь природных, но также и социально-политических, экономических и организационных факторов. Их количественная оценка в виде индексов сезонности может быть получена при проведении декомпозиции временных рядов изучаемых квартальных показателей.

В результате исследования было установлено, что «дно» сезонного цикла ВВП и ВДС большинства видов деятельности (сельское хозяйство, горнодобывающая и обрабатывающая промышленность, строительство) приходится на I квартал, когда ВВП в среднем на 18 % ниже своего среднегодового значения. Это обусловлено в первую очередь природно-климатическими факторами, затрудняющими ведение сельского хозяйства, строительных работ, деятельность горнодобывающей промышленности, а также организационными проблемами: поиском финансирования и новых заказов в начале года. Самым благоприятным для экономики периодом является III квартал, когда ВВП в среднем на 24,4 % превышает среднегодовой уровень. Наиболее глубокие сезонные колебания наблюдаются по виду деятельности «сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство»: в III квартале ВДС этого вида деятельности в среднем в 2,25 раз превышает среднегодовой уровень, в то время как в I квартале она в среднем на 54,1 % ниже среднегодового значения.

Сезонная цикличность ВВП и ВДС сферы производства товаров в целом практически полностью совпадает, что позволяет подтвердить экономически обоснованную гипотезу о том, что сезонные колебания ВВП происходят именно из сферы материального производства.

Для количественной оценки зависимости сезонной цикличности квартальных показателей ВВП и ВДС сферы производства товаров в 2009–2015 гг. с использованием программы Statistica 6.0 было разработано уравнение регрессии с распределенным лагом, позволяющее также учесть задержки в обработке и транспортировке продукции, полученной в предыдущих кварталах:

$$\hat{Y}_t = 2,299 \cdot X_t + 2,311 \cdot X_{t-1} + 2,323 \cdot X_{t-2} + 2,336 \cdot X_{t-3} + 2,348 \cdot X_{t-4}. \quad (1)$$

<i>t</i> -стат.:	50,297	64,300	72,209	64,300	50,701
------------------	--------	--------	--------	--------	--------

$$F(3,23) = 900,62 \quad R^2 = 99,58 \%$$

Оно показывает, что вариация сезонной компоненты ВВП практически полностью (на 99,58 %) объясняется вариацией сезонной компоненты ВДС сферы производства товаров с учетом лагов. Увеличение сезонной компоненты ВДС сферы производства товаров на 1 млрд р. в сопоставимых ценах приведет к росту сезонной компоненты ВВП в среднем на 2,299 млрд руб. в том же периоде, а в периоде (*t*+1) — на 2,245 + 2,311 = 4,556 млрд руб., (*t*+2) — на 6,879 млрд руб., (*t*+3) — на 9,2 млрд руб. В долгосрочной перспективе (через четыре квартала) увеличение сезонной компоненты ВДС сферы производства товаров на 1 млрд руб. во временной период (*t*) приведет к росту сезонной компоненты ВВП в том же периоде на 11,563 млрд руб. в сопоставимых ценах.

Литература

1. *Елисеева, И. И.* Общая теория статистики : учебник / И. И. Елисеева, М. М. Юзбашев ; под ред. И. И. Елисеевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Финансы и статистика, 2001. — 480 с.

Секция 7

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Н.Д. Антоненко, А.Ю. Прокофьева
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель *А.А. Гуртовой*

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ SMM В B2B

Зачем B2B-маркетологу лезть в с виду неперспективный канал продвижения? Какая польза от этого может быть?

А выгод может быть несколько. SMM-кампания поможет:

- увеличить известность бренда;
- собрать сообщество лояльных к бренду пользователей для повторной продажи или допродажи;
- отслеживать и реагировать на упоминания бренда (услуги) в сети;
- увеличить количество положительных отзывов о бренде;
- увеличить трафик на сайт из социальных сетей;
- осуществить лидогенерацию или прямые продажи.

Компания Survey в сотрудничестве со Школой бизнеса Фукуа при Университете Дьюка (США) провела глобальное исследование текущего положения дел в B2B-маркетинге и представила ряд интересных цифр:

- от 7,5 до 9 % продаж приходят в B2B из интернета, а каждая вторая из таких компаний оценивает результаты своего присутствия в SM как «крайне положительное»;
- потенциальные B2B-покупатели, которые ощущают «прочную связь с брендом» на 60 % с большей вероятностью рассмотрят предложение, сделают покупку и даже заплатят больше по сравнению с брендами, с которыми у них установлены «слабые связи»;
- B2B-бренды, которые выстраивают отношения с потребителями, получают значительные выгоды. В сравнении с наименее социально вовлеченными брендами 10 самых вовлеченных брендов показали увеличение доходов на 31 % [1].

Мы перенесли зарубежный опыт в белорусские реалии и смоделировали SMM-кампанию на отечественное предприятие. Выбор пал на УП «Донарит» — издательско-полиграфическое предприятие полного цикла, более 20 лет оказывающее полиграфические услуги в Минске [2].

Для того чтобы определить сумму затрат на продвижение компании в социальной сети в месяц, мы посчитали стоимость каждого элемента, входящего в SMM-кампанию, и получили общую сумму затрат, равную 209 или 259 BYN в месяц в зависимости от того, платит компания за привлечение лидера мнений или нет (см. таблицу).

Расчет затрат на продвижение компании в социальной сети в месяц

Показатель	Сумма затрат	Выполняемые функции	Расчет за месяц
Цена оптимизации сайта	2 BYN + 3 BYN	Использование Jivosite для онлайн-общения с клиентом, заливка свежего контента	2 · 30 дней + 3 · 15 дней = 105
Средняя стоимость размещения информации (1 публикация)	8 BYN	(Размещение одной статьи, двухчасовая работа копирайтера)	8 · 30 дней = 24
Ведение блога руководителя	Бесплатно	Написание профессиональных статей, историй успеха, личных наблюдений касательно бизнеса	0
Средняя стоимость обработки данных и оценка их эффективности	(Подписка 30 долл. + создание отчета) = 80 BYN	Использование бесплатных платформ Яндекс.Метрика и Google.Analytics, дополнительных сервисов, формирование отчета	80
Стоимость привлечения лидера мнений	Бартер / 50 BYN	Сотрудничество с лидером мнений (обмен продукта на пост) или денежное вознаграждение (указано для среднего количества лайков 1000)	0/50
ИТОГО (за месяц):			209/259 BYN

Чтобы определить эффективность SMM-кампании, мы решили сравнить SMM с другими приемами продвижения в сети Интернет: SEO, E-mail рассылка, контекстная и баннерная реклама. Исследование показало, что по ценовому фактору SMM-продвижение уступает контексту, баннерам и e-mail рассылке, показатель CPC выше, однако это компенсируется важными преимуществами: SMM выполняет функции формирования лояльности, увеличения известности бренда, установления обратной связи с клиентами, охватывает более широкую аудиторию, привлекает клиентов к маркетинговым кампаниям фирмы.

Литература

1. Нужен ли b2b-брендам SMM и как правильно его использовать? [Электронный ресурс] // Все о digital. — Режим доступа: <https://www.like->

ni.ru/analytics/nuzhen-li-b2b-brendam-smm-i-kak-pravilno-ego-ispolzovat/. — Дата доступа: 29.03.2017.

2. О компании [Электронный ресурс] // Типография Донарит. — Режим доступа: <https://www.donarit.com/o-kompanii/>. — Дата доступа: 01.04.2017.

Е.В. Беляк, В.И. Малаш
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Н.Н. Анохина** — канд. экон. наук

ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В настоящее время быстрыми темпами развивается сфера образовательных услуг. В связи с этим актуальным является вопрос о продвижении новых специальностей в университетах. Такая же проблема стоит перед БГЭУ при открытии специальности «Рекламная деятельность» [1, 2].

В ходе проведенного онлайн-анкетирования было выявлено, что 41 % опрошенных абитуриентов не знают, где можно получить образование в сфере рекламы. Они хотели бы узнавать о появлении новых специальностей преимущественно на сайте университета и из социальных сетей. Также 62,3 % опрошенных отметили, что открытие специальности «Рекламная деятельность» очень актуально.

Таким образом, результаты исследования показали, что продвигать новые специальности необходимо с целью повышения уровня осведомленности целевой аудитории и формирования спроса путем использования инструментов маркетинговых коммуникаций [2].

Для достижения поставленной цели мы предлагаем провести рекламную кампанию сроком 4 месяца и разработать листовку и видеоролик.

Листовка может распространяться на Днях открытых дверей в университете, на выставке «Образование и карьера», а также размещаться в вагонах метро. Основной целевой аудиторией являются как абитуриенты, так и их родители.

Видеоролик — привычная форма восприятия информации, в том числе через интернет. Выбранные каналы распределения — сайты БГЭУ и факультета маркетинга и логистики, сообщества и страницы университета и факультета в социальных сетях.

Основные затраты данного проекта составят стоимость реализации предложенных мероприятий. Для покрытия затрат необходимо спрогнозировать производственный план, под которым будем иметь в виду количество поступивших абитуриентов. Будем считать, что реализация рекомендаций позволит привести трех студентов, обучающихся на платной основе. Зная основные показатели деятельности проекта, можно оценить эффективность внесенных инвестиций. Таким образом, срок окупаемости проекта составит чуть менее пяти кварталов.

В завершение отметим, что предложенные мероприятия позволят достичь поставленных целей продвижения и привлечь абитуриентов, заинтересованных в получении образования по данной специальности. Также это повысит имидж факультета и университета в целом.

Литература

1. Каверина, Е. А. Организация рекламной деятельности вуза / Е. А. Каверина. — СПб. : Кн. дом, 2007. — 184 с.

2. Панкрухин, А. П. Маркетинг образовательных услуг. Из материалов гильдии маркетологов [Электронный ресурс] / А. П. Панкрухин // Энциклопедия маркетинга. — Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/>. — Дата доступа: 20.04.2017.

А.А. Бондаренко, А.В. Радовская
БГУ (Минск)

Научный руководитель **Е.В. Скворцова** — канд. экон. наук

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ БЕЛОРУССКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Выбор адекватной маркетинговой концепции управления предприятием способствует его стабильному развитию и росту прибыли. В настоящее время деятельность предприятий должна быть направлена на удовлетворение потребностей потребителя, а не на сбыт произведенной продукции. Максимизация прибыли может достигаться за счет глубокого исследования потребностей и анализа внешней среды в целом.

Цель работы — анализ показателей эффективности деятельности белорусских предприятий для оценки целесообразности применения бытовой и маркетинговой ориентации в современных условиях хозяйствования.

Для предварительного анализа изучена деятельность двух белорусских предприятий легкой промышленности: ОАО «Купалинка» и ООО «Формэль». Основные показатели деятельности предприятий в 2015–2016 гг. [1, 2, 3, 4]:

1) среднесписочная численность в ОАО «Купалинка» составляет 850 чел., в ООО «Формэль» — более 2 тыс. чел.;

2) выручка от реализации продукции в ОАО «Купалинка» равна 41,9 млрд бел. руб., в ООО «Формэль» — 149 млрд бел. руб.;

3) объем выпуска в ОАО «Купалинка» составляет 1444 тыс. шт., в ООО «Формэль» — 2,5 млн изделий;

4) рентабельность продаж в ОАО «Купалинка» равна –1,18 %, ООО «Формэль» — 20 %.

Анализ показал, что предприятию ОАО «Купалинка» довольно трудно эффективно существовать на рынке, поскольку маркетинг вос-

принимается организацией в основном как торгово-сбытовая или просто рекламная деятельность. В связи с этим значительные денежные средства расходуются в большей степени на производство самого продукта, чем на его продвижение, что ведет к появлению негативных тенденций в получении финансовых результатов. Предприятие ООО «Формэль», в свою очередь, вовремя оценило ситуацию на рынке, занималось брендингом, ориентировалось на предпочтения потребителей в дизайне и сейчас показывает высокие результаты, постепенно максимизируя свою прибыль и занимая ведущее положение в своей отрасли.

Таким образом, с учетом уровня конкуренции на белорусском и внешних рынках маркетинг является неотъемлемой частью управления организацией и в совокупности с другими направлениями деятельности должен быть направлен на удовлетворение потребностей, обеспечивая тем самым достижение эффективности деятельности организации.

Литература

1. Информация об открытых акционерных обществах Беларуси [Электронный ресурс] // Emitent.info. — Режим доступа: <http://emitent.info/is-suers/1361-results-of-activity>. — Дата доступа: 01.03.2017.
2. Сайт ОАО «Купалинка» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kupalinka.com>. — Дата доступа: 27.02.2017.
3. Сайт «Mark Formelle» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://markformelle.by/>. — Дата доступа: 22.02.2017.
4. Информационный меморандум ОАО «Купалинка» первого полугодия 2016 г. [Электронный ресурс] // Беллегпром. — Режим доступа: <http://bellegprom.by/upload/memorandum/kupalinka.doc>. — Дата доступа: 28.02.2017.

*П.В. Бруштунова, Д.А. Данивко
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель Е.С. Голомазова

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕЙМИФИКАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ

В последнее время в маркетинге активно используется игровой контент (геймификация) для повышения заинтересованности клиентов в процессе поиска информации о продукте, его приобретения, потребления и оценки.

Выбор игровых механик зависит от целевой аудитории и определяет набор инструментов воздействия на клиентов. Перечислим основные игровые механики в маркетинге [1]:

- достижения: виртуальное или материальное выражение результата выполнения какого-то определенного действия клиента (например, накопленные баллы либо подарки за определенный объем покупки);
- каскадная подача информации: дозированная передача необходимой клиенту информации для поддержания определенного уровня по-

нимания на каждом этапе игрового повествования (например, брендированные квесты, коллекционирование брендированной продукции);

- исследование: предоставление необходимой информации о продукции в виде игры (например, интерактивные видеоролики о продукте);
- обратный отсчет: механика, по условиям которой клиентам дается ограниченное количество времени на выполнение определенного действия (например, ограниченный срок действия розыгрышей и акций);
- зависть: формирует желание обладать тем, чем владеют другие (например, демонстрация счастливых клиентов с продукцией);
- награды по расписанию: механика, основанная на расписании, по которому выдаются награды, подразумевает их выдачу по истечении определенного времени (например, ежегодный выпуск обновленного продукта);
- лотерея: игровая механика, при которой победитель определяется случайным образом (например, сбор клиентами необходимого количества штрих-кодов с продукции);
- динамика прогресса: механика, при которой достижения клиента отображаются пошагово и измеряются в процессе выполнения действий, разбитых на пункты. В данном направлении также играет важное значение конкуренция (например, клиенты призываются компанией к активным действиям в пользу фирмы — сбор лайков, перепостов, баллов и пр., а наиболее активный получает бонус от компании);
- игра в наперстки: игра, в которой участнику предлагается иллюзия выбора, хотя на самом деле он находится в ситуации, которая подталкивает его к единственному возможному действию, запланированному компанией (например, проведение акций, по условиям которых три продукта можно купить по цене двух);
- вирусная механика: элемент игры, сыграть в котором можно лишь объединившись с несколькими людьми (или в котором будет интереснее играть вместе с другими участниками). Необходимо создать среду для взаимодействия и коммуникации целевой аудитории (например, модерлируемые компанией форумы, на которых люди обсуждают какие-то вопросы или просто делятся эмоциями, мнениями).

Для того чтобы люди стали «втягиваться» в игры, вовсе не обязательно иметь огромные бюджеты или предлагать за это дорогие призы. Достаточно всего лишь похвалы за выполненное задание, и люди будут готовы ответить взаимностью. А если игра обладает красивым дизайном, несложным механизмом и совпадает с интересами пользователя, то у нее есть все шансы стать успешной.

Литература

1. Игровые механики SCVNGR [Электронный ресурс] // ОПЗАРКОЛ. Реклама, маркетинг, диджитал, smm, кейсы. — Режим доступа: <http://opzarkol.com/2013/01/30/secretnie-igrovie-mekhaniki-scvngr/>. — Дата доступа: 15.02.2017.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ МАРКЕТИНГА (НА ПРИМЕРЕ ООО «ДИРА»)

Маркетинг играет важную роль в деятельности любого предприятия, так как способствует реализации товарной, сбытовой, ценовой политики и политики продвижения, т.е. 4P. Поскольку исследуемое предприятие работает на рынке полиграфических услуг, то следует в первую очередь отметить его ключевые моменты: во-первых, устаревшее оборудование предприятий ограничивает их возможности удовлетворения требований заказчиков; а во-вторых, на рынке отмечается появление значительного количества частных малых полиграфических предприятий, выпускающих продукцию малыми тиражами.

Вышесказанное заставляет полиграфические предприятия искать свою нишу на рынке, разрабатывать элементы комплекса маркетинга как основную часть бизнес-плана. Чтобы разработанный комплекс реализовывался, необходимо использовать инновационный маркетинг, грамотную рекламу, гибкую политику цен и другие инструменты, причем в условиях жесткой конкуренции задача продвижения становится одной из важнейших для предприятия. Поэтому рассмотрим составляющие комплекса маркетинга ООО «Дира» в аспекте определения наиболее эффективного способа продвижения оказываемых услуг (см. таблицу).

Финансово-экономические показатели ООО «Дира» за 2014–2016 гг.

Наименование показателя	Ед. изм.	Год			Отклонение 2015/2014	Отклонение 2016/2015
		2014	2015	2016		
Выручка в действующих ценах	млн руб.	2230,826	2065,580	1912,574	-165,246	-153,006
В сопоставимых ценах	млн руб.	2230,826	1753,910	1407,339	-476,916	-346,571
Объем производства	тыс. руб.	76 503	62 593	60 293	13 910	2301
Чистая прибыль	млн руб.	-48,635	-51,684	-54,925	-19 637,000	547,0

Из приведенных показателей видно, что начиная с 2014 г. в ООО «Дира» наметился значительный спад производства и, как следствие, падение выручки. Темп роста составил 80,24 %, что говорит об уменьшении выручки в 2016 г. по сравнению в 2015 г. на 19,76 %. Уменьшение выручки объясняется неустойчивым уровнем спроса и

уменьшающимся количеством заказов на услуги и продукцию предприятия.

Товарная политика ООО «Дира» направлена на изготовление качественной продукции, спектр предлагаемых услуг довольно масштабный: печать рекламной и имиджевой продукции на любых полиграфических изделиях.

Сбытовая политика направлена на оптовых потребителей, однако в ООО «Дира» имеются особенности при формировании портфеля заказа: предприятие изготавливает продукцию по индивидуальным заказам, в связи с чем применяется прямая форма сбыта. Вместе с тем заказы поступают не регулярно, так как организация не специализируется на отдельном сегменте рынка.

Отдел маркетинга выполняет функции отдела сбыта и все вопросы, связанные с маркетинговыми исследованиями рынков сбыта, решает самостоятельно.

Ценовая и политика продвижения в ООО «Дира» тесно связаны между собой, так как для продвижения своих полиграфических услуг организация использует только механизм скидок.

По мнению автора, наиболее привлекательным сегментом для ООО «Дира» является расширение практики участия в выставках. Для предприятий, оказывающих услуги по выпуску полиграфической продукции, целесообразно участвовать в таких выставках, как «Тибо».

Для определения потенциальной экономической эффективности от участия в выставке воспользуемся классическим критерием оценки ROI — показателем возврата на инвестиции в участие в выставке (материальная отдача). Затраты на участие в «Тибо-2017» исчисляются из регистрационного сбора, выплата которого дает право на участие в выставке, установленного стенда и его площади [2].

Проведем расчет затрат на участие в «Тибо»:

$$265 \text{ евро} + (110 \text{ евро} \cdot 8 \text{ м}^2) = 1145 \text{ евро} \cdot 2 \text{ руб} \text{ (по данным Национального банка Республики Беларусь на 01.04.2017 г.)} - 2000 = 4290 \text{ тыс. руб.}$$

где 265 евро — регистрационный сбор; 110 евро — стоимость установленного стенда за 1 м²; 8 м² — средний по размеру стенд; 2000 руб. — оформление стенда.

Среднее количество заключаемых договоров составляет примерно 35. Учитывая средний уровень цен при заключении сделок, стоимость каждого из заключенных договоров, по оценкам экспертов, будет равна 300 руб. Итого, планируемый объем продаж по итогам участия в выставке будет равен примерно 10 500 тыс. руб.:

$$\text{ПП} = \text{С} - \text{P}_{\text{уч}}; \quad (1)$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{ПП}}{\text{P}_{\text{уч}}} \cdot 100 \%, \quad (2)$$

где ПП — потенциальная прибыль от участия в выставке; С — себестоимость продаж; P_{уч} — расходы на участие в выставке;

ПП = 10 500 – 4290 = 6210 тыс. руб.;

$$RIO = \frac{6210}{4290} \cdot 100 \% = 144,75 \%$$

Таким образом, материальная отдача от участия ООО «Дира» в «Тибо» равна 44,75 %.

Подытожив, отметим, что грамотное применение инструментов маркетинга, а также расширение практики участия в выставках, могут стать гарантом успешной и эффективной работы предприятия.

Литература

1. Методика по расчету эффективности от участия в выставке [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://unitad.ru/analiz-dannih/rascheta-po-formule-roi-koeffitsient/>. — Дата доступа: 23.03.2017.

2. Выставка «ТИБО-2017» [Электронный ресурс] // ЗАО «Техника и коммуникации». — Режим доступа: <http://www.tc.by/exhibitions/tibo/>. — Дата доступа: 23.03.2017.

Д.Г. Гулько

*Бобруйский филиал БГЭУ (Бобруйск)
Научный руководитель С.Н. Дроздова*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Туризм — одна из наиболее динамично развивающихся и перспективных отраслей мировой экономики, создающая в целом около 10 % мирового национального продукта, 7 % инвестиций и 11 % мировых потребительских расходов.

На сегодняшний день в сфере туризма в Республике Беларусь существует ряд проблем, изучение которых и является целью данной работы.

Беларусь является визовой страной для туристов из большинства стран мира, что не добавляет привлекательности туристическому имиджу страны. Продвижение туристического продукта страны на внешнем и внутреннем рынках осуществляется недостаточно эффективно.

Остается нерешенным вопрос о функционировании туристических информационных центров как внутри страны, так и за рубежом. Из 530 гостиниц и аналогичных средств размещения только 54, или около 10 % общего количества, сертифицированы, при этом стоимость проживания в них по сравнению со странами-соседями (Литва, Латвия, Польша и др.) значительно выше, что также является фактором, сдерживающим приток туристов в нашу страну.

Слабо развита инфраструктура туризма (кемпинги, хостелы, объекты питания, придорожного сервиса и др.). В местах нахождения основных

туристических объектов создано недостаточное количество автомобильных парковок, санитарных зон и пунктов по реализации сувенирной продукции. Невладение иностранным (иностранными) языками обслуживающего персонала, работающего на объектах туризма, также затрудняет нахождение в Республике Беларусь иностранных туристов, особенно в регионах [1].

Особое внимание в Беларуси уделяется развитию агроэкотуризма. Согласно статистическим данным, численность туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма в 2015 и 2016 гг., соответственно составила 294 281 и 301 784 чел.

Наиболее существенной является проблема въездного туризма. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, общее число поездок иностранных граждан в Республику Беларусь за 2015 г. составило 4385,6 тыс., за 2016 г. — 4181,3 тыс. (для сравнения — в 2012–2013 гг. эта цифра превышала 6 тыс.). При этом число поездок граждан Республики Беларусь составило 6972,3 и 6938,5 за 2015 и 2016 гг. соответственно.

В рамках решения данной проблемы недавно был установлен безвизовый порядок въезда в Беларусь на срок не более 5 суток для граждан 80 государств. Правом посетить Беларусь без виз уже воспользовались 3869 иностранцев из 58 стран. Больше всего среди них немцев (620 чел.), на втором месте — поляки (478 чел.), на третьем — итальянцы (420 чел.).

По итогам 2016 г. число организаций, осуществлявших туристическую деятельность, составило 1376 единиц, стоимость туров, оплаченными туристами, составила 445 527,3 тыс. руб., в том числе по въездному туризму 34 278,1 тыс. руб., по выездному — 388 829,3 тыс. руб. и по внутреннему — 13 419,9 тыс. руб. Выручка от оказания туристических услуг (за вычетом налогов и сборов) составила 136 628,1 тыс. руб., а себестоимость оказанных туристических услуг — 127 980 тыс. руб. Следовательно, прибыль от оказания туристических услуг оказалась равной 8648,1 тыс. руб. [2].

Таким образом, можно сделать заключение о положительной динамике экономических показателей туризма.

Литература

1. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 232. — Минск, 2016. — 9 с.

2. О развитии туризма, деятельности туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2016 год : стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2017. — 32 с.

А.Ю. Дашко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Ю.И. Енин** — д-р экон. наук

СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧНЫЙ МАРКЕТИНГ БЕЛАРУСИ И СТРАН ЗАПАДА

Концепция социально-этичного маркетинга (КСЭМ) — явление самого последнего времени. Она порождена сомнениями относительно соответствия современным требованиям концепции чистого маркетинга, обходящей стороной возможные конфликты между потребностями покупателя и его долговременным благополучием. Нагляднее всего необходимость внедрения КСЭМ демонстрируют бренды с широкой потребительской аудиторией. Когда в США от отравления болеутоляющим препаратом фирмы «Джонсон энд Джонсон» умерло восемь человек, руководство немедленно отозвало всю продукцию «Тайленол», что обернулось убытками в 240 млн долл. В краткосрочном периоде это решение ухудшало финансовое положение компании, однако в глазах потребителей вызывало уважение.

На пути к КСЭМ многие предприниматели до сих пор испытывают трудности. Стремление фирм к неограниченному росту приводит к социальному напряжению и обуславливает поиски новой парадигмы развития. Оно является главной движущей силой экономической политики, но одновременно и причиной надвигающейся глобальной катастрофы из-за накопления оружия массового уничтожения, разрушения среды обитания и истощения природных ресурсов. Принцип неограниченного роста, который понимается прежде всего в таких чисто количественных терминах, как максимизация прибыли, целесообразно исключить.

Широкомасштабное движение по развитию корпоративной социальной ответственности (КСО) пришло в Беларусь вместе с Инициативой ООН «Глобальный Договор», которую уже подписали белорусские предприятия ООО «Лодэ», ОАО «Бабушкина Крынка», «Оливария» и СООО «МТС». Президент Беларуси А. Г. Лукашенко отметил, что социально ответственный бизнес призван стать весомой составляющей экономики страны. Компания «Савушкин продукт», как и некоторые другие, стремится к тому, чтобы ее ценности — образцовость и открытость — всегда подкреплялись реальными действиями. Если фирма способна реализовывать социальные программы, заниматься благотворительностью, это говорит о ее стабильном положении, она автоматически становится привлекательной для инвестиционных вложений. Соответственно, имидж такой компании как нематериальный актив приводит к росту стоимости предприятия и стоимости его акций на фондовом рынке.

По сравнению со странами Запада социальная ответственность бизнеса в Беларуси пока остается невысокой. В Европе и США уже разработан и действует стандарт ИСО 26000, подразумевающий ответственность

перед персоналом и обществом в целом, а также экологический аспект. Зачастую его внедрение повышает конкурентоспособность бизнеса, поэтому многие компании хотят иметь партнеров, сертифицированных по ИСО 26000.

Белорусский бизнес объективно заинтересован во внедрении КСО в свою деловую практику, иное поведение может негативно отразиться на социальной репутации предпринимательства как такового и, как следствие, на бизнесе. Использование прогрессивного мирового опыта в области КСО, который уже зарекомендовал себя в странах Запада, позволит Беларуси выйти на качественно новый уровень ведения бизнеса и создаст условия для более тесного внешнеэкономического сотрудничества.

Литература

1. Траут, Дж. 22 непреложных закона маркетинга / Дж. Траут. — СПб. : Питер, 2016. — 109 с.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/zatraty-na-ohranu-okruzhayuschei-sredy>. — Дата доступа: 07.04.2017.

И.Ю. Евсевицкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **О.И. Милевская**

ВЫВЕДЕНИЕ НОВОГО ПРОДУКТА ЧЕРЕЗ КРАУДФАНДИНГОВУЮ ПЛОЩАДКУ ULEJ.BY

Краудфандинг в мире и в Беларуси в частности — это принципиально новый метод финансирования при помощи интернета, основной принцип которого заключается в финансовой поддержке большим количеством людей различных проектов, инициатив, стартапов. Краудфандинг развивается многоаспектно и может охватывать практически любые сферы деятельности: музыка, кино, литература, спорт, наука, технологии, игры, танцы, искусство, театр, мобильные приложения, дизайн.

Краудфандинг нельзя путать с благотворительностью. Самое главное отличие его состоит в том, что спонсоры получают что-либо взамен: конечный продукт, услугу, другие виды нефинансового вознаграждения. Данный механизм позволяет стартапам и малому бизнесу получить финансирование для развития своей деятельности без привлечения сторонних инвестиций, требующих возврата средств с процентами.

Краудфандинг развивается на территории Республики Беларусь с 2010-х гг. и на сегодняшний день в стране действуют 3 краудфандинговые площадки, каждая из которых имеет свои специфику и механизм работы.

Краудфандинговая площадка Ulej.by позиционирует себя как площадку для коллективного финансирования интересных проектов. За 2 года существования площадки было запущено 240 проектов из различных категорий: музыка, литература, социальные проекты, театр, спорт и др., 83 из них завершилось успешно, собрав необходимую сумму, т.е. 34,5 % (каждый третий проект). За это время проектами было привлечено 331 627 бел. руб (около 176 000 долл. США).

Кроме нематериальных благ за 2016 г. было предзаказано 14 книг общим тиражом около 7000 экземпляров, выпущено 2 музыкальных альбома и предсказано более 200 CD, снят один музыкальный клип и 4 киноленты, проведено более 20 мероприятий (концерты, кинопремьеры, театральные постановки, фестивали и т.д). Наиболее популярные категории: литература, музыка и социальные проекты. 60 % литературных кампаний становятся успешными.

В конце февраля 2017 г. компанией было запущено новое товарное направление, которое предполагает сотрудничество не только с физическими, но и юридическими лицами и позволяет выводить новые продукты на белорусский и зарубежный рынки по системе предзаказов. Успешным проектом в данном направлении является выведение лимитированной коллекции маек с дизайнерскими принтами бренда Zhart. За 40 дней крауд-кампании было собрано 23000 бел. руб. от 251 спонсора, среди которых 2 интернет-платформы Symbol.by и Oz.by. Данный объем предзаказов и полученные от спонсоров средства позволят производителям оптимизировать производство и снизить себестоимость продукта на 40 %. Благодаря этому цена на единицу составит 18 бел. руб.

Таким образом, это доказывает, что краудфандинг является альтернативным и перспективным механизмом для вывода новых продуктов на белорусский рынок по системе предзаказов.

Литература

1. Рич, Дж. Краудфандинг. Справочное руководство по привлечению денежных средств / Дж. Рич. — М. : СмартБук И-трейд, 2015. — 182 с.
2. Юрченко, А. А. Краудфандинг — новый способ финансирования / А. А. Юрченко, В. А. Кузнецова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. — 2015. — № 11. — Т. 2. — С. 830–832.
3. Онлайн-журнал marketing.by [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/ulej-by-nazval-top-3-populyarnykh-kategoriy-v-beloruskom-kraudfandinge-literatura-muzyka-i-sotsialn/?mobile=Y>. — Дата доступа: 20.04.2017.

3D-ПРИНТЕР: ЛОГИСТИКА БЕЗ ЛОГИСТИКОВ?

3D-печать сегодня — это новое, современное веяние ведения бизнеса. Новая технология позволит компаниям производить почти любые изделия слой за слоем в границах одного 3D-принтера. Хотя оптимистические прогнозы касательно 3D-печати продолжают расти как в потребительском, так и в корпоративном контексте, без ответов остаются ключевые вопросы: заменит ли 3D-печать работу традиционных производственных предприятий и будет ли нарушена работа логистических компаний по всему миру?

Итак, 3D- или послойная печать — это последовательное нанесение тончайших слоев расходных материалов со смещением платформы вверх, вниз и в стороны для создания готового изделия.

Сторонники развития 3D-логистики традиционно выделяют четыре преимущества новой технологии. Во-первых, это увеличение скорости производства и одновременно сокращение издержек. Во-вторых, это клиентоориентированность. И в-третьих, переход на 3D-печать для компаний будет означать уход от аутсорсинга.

Индустрия логистики не стоит на месте, она также заинтересована во внедрении новой технологии 3D-печати. Более 40 % клиентов 3PL-провайдеров ожидают от компаний опыта в 3D-печати. 19,2 % производителей и розничных торговцев уже используют 3D-печать в своем бизнесе, но, к сожалению, только 1,5 % могут гарантировать качество таких услуг [1].

Для чего же нужна 3D-печать в логистике? Она позволяет наладить производство продукции на местах (децентрализованно), что благоприятно для развития регионов. Это позволяет быть ближе к рынкам сбыта, ведь больше нет необходимости пересылать товар через полмира. С 3D-печатью исчезает необходимость производить заранее и хранить большое количество запасных частей для техники, так как они могут быть напечатаны по требованию.

Экономисты называют 3D-печать третьей промышленной революцией. С ее наступлением могут полностью измениться схемы традиционных логистических цепочек, которые выстраивались компаниями-перевозчиками на протяжении десятилетий. По прогнозам аналитиков, 3D-печать ставит под угрозу: 41 % объемов авиаперевозок, 37 % морских контейнерных перевозок и 25 % наземных перевозок траками. 3D-печать уже применяется в производственных цехах таких мировых гигантов, как: Airbus, Порт Роттердама, Mercedes-Benz, UPS, Nike, Adidas и New Balance.

Вместе с тем ни одна новая технология не может похвастать только лишь положительными аспектами своего внедрения. Поэтому предлагаем к рассмотрению недостатки 3D-печати:

- 1) негативное влияние на развитие транспорта и логистики;
- 2) риск нарушения авторских прав. Этот вопрос сегодня решает шведская компания Formeo, которая запустила стартап, направленный на защиту интеллектуальной собственности в процессе 3D-печати;
- 3) сложность подбора правильного материала для печати;
- 4) спорность полной экологичности 3D-принтеров. В Британии были проведены исследования, в результате которых выяснилось, что большие 3D-принтеры для плавления пластмассы использовали в 50–100 раз больше электроэнергии, чем стандартное оборудование.

Таким образом, об исчезновении отрасли логистики говорить, скорее всего, не придется, но изменения в этой, как и во многих других сферах, несомненно, произойдут. Технология 3D-печати — это не замена сферы логистики, а механизм для повышения качества достижения поставленных перед логистами задач.

Литература

1. Дрозд, Е. Новые технологии логистики [Электронный ресурс] / Е. Дроздова // Интернет-маркетинг, контент-маркетинг, юзабилити и SMM. — Режим доступа: <https://rusability.ru/infographics/novyie-tehnologii-logistiki-infografika/>. — Дата доступа: 24.03.2017.

*А.Д. Зеленкова, Е.О. Костюкевич
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель А.А. Гуртовой

WHITE PAPER КАК ОДИН ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА РЫНКЕ B2B

Цель исследования: знакомство аудитории с действенным инструментом в сфере маркетинга и анализ его эффективности относительно других инструментов.

Объект исследования: Маркетинговый инструмент white paper.

White paper, или белая книга, — это мощный инструмент B2B-маркетинга. Он представляет собой своеобразный гибрид журнальной статьи, брошюры и неакцентированного коммерческого предложения. Основная цель — предоставить полезную информацию о решении конкретной проблемы. В маркетинге white paper называют убедительные, авторитетные и глубокие отчеты по определенной теме, которые описывают не только проблему, но и, что наиболее важно, действенные способы ее решения [1].

Главной составляющей данного инструмента является текст, который занимает 8–15 страниц, чаще всего оформляется с минимальным количеством иллюстраций и в PDF-формате либо печатном виде. Книга посвящена узкой конкретной проблеме и предлагает варианты ее решения. Основывается на фактах, расчетах, цифрах и кейсах. Причины, по которым следует выбирать white paper: лидогенерация, высокий уровень экспертности и лояльности [2].

Нами была вычислена примерная стоимость создания white paper: минимум — 5391 у.е.; в среднем — 5775 у.е.; максимум — 9891 у.е. В ходе исследования была рассчитана цена одного привлеченного клиента. Таким образом, самым дорогим инструментом продвижения являются личные продажи (25 долл. США), а второй по стоимости — white paper (9,6 долл. США).

Нами было выявлено, что из 1000 компаний, получивших «белую книгу», 580 дочитали ее до конца, а 140 заключили договор. При использовании direct mail из 1000 компаний заключили договор лишь 100 клиентов. Только 110 компаний заключили сделку, используя такой инструмент продвижения, как SEO. В личных продажах к заключению контракта пришли лишь 70 компаний из 1000.

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что white paper — эффективный прием контент-маркетинга (занимает 1-е место среди всех рассмотренных инструментов), который при правильном подходе аккумулирует наиболее целевую и «конверсионную» аудиторию. Он помогает привлечь клиентов, увеличить прибыль и, как следствие, ведет к захвату доли на рынке. Затраты на данный инструмент относительно невелики, а эффективность высока.

Литература

1. White paper — самый мощный маркетинговый инструмент в B2B [Электронный ресурс] // Сайт «Cossa». — Режим доступа: <http://www.cossa.ru/155/42321/>. — Дата доступа: 03.04.2017.

2. Секретное оружие бизнеса. Как белые книги расширят Вашу аудиторию и повысят качество лидов [Электронный ресурс] // Сайт «Blog Aweb». — Режим доступа: <http://blog.aweb.ua/sekretnoe-oruzhie-biznesa-kak-belye-knigi-rasshiryat-vashu-auditoriyu-i-povyisyat-kolichestvo-lidov/>. — Дата доступа: 04.04.2017.

А.И. Коринчук, В.В. Зенкевич
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **О.И. Козловская**

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СРЕДСТВО ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Привлечение государством инвестиций в национальную экономику является одной из основных задач внешней и внутренней экономической политики.

В 2016 г. объем инвестированных в основной капитал средств Республики Беларусь составил 18,1 млрд руб., что в сопоставимых ценах на 17,9 % меньше, чем в 2015 г. (в 2015 г. по сравнению с 2014 г. инвестиции снизились на 17,5 %) [1, с. 12].

Учитывая динамику численных показателей объемов инвестирования и тот факт, что инвестиции территориально располагаются весьма неравномерно (основная их часть приходится на г. Минск и Минскую область), выходом из сложившейся ситуации станет применение рыночной концепции относительно проблем инвестирования и, в частности, использование территориального маркетинга.

Анализ научных публикаций по территориальному маркетингу показал, что применение данной концепции правительством и, что более важно, местными органами управления для повышения инвестиционной привлекательности территорий сводится к следующему алгоритму действий [2]:

- классификация отраслей экономики по смежности деятельности с обязательной привязкой к географической территории. Данная классификация позволит учесть специфику отдельных регионов государства;

- оценка текущего состояния и тенденций развития предприятий отрасли в целом. В результате оценки выбирается перспективная отрасль. На данном этапе рекомендуется применять традиционные инструменты маркетинга (индикаторы, индексы, рейтинги). Кроме того, можно использовать SWOT-анализ. В ходе проведения данного анализа определяются сильные и слабые стороны, возможности и угрозы развития территории;

- анализ предприятий отрасли с точки зрения перспективности инвестирования. Именно к этим предприятиям будут в дальнейшем применяться инструменты «продвижения территории». К таковым относятся:

- информационно-рекламные средства, задача которых заключается в информировании потенциальных инвесторов о перспективах вложения в субъекты хозяйствования на данной территории (буклеты, каталоги, путеводители, СМИ, а также сеть Интернет);

- инструменты, формирующие позитивный имидж территории (инструменты брендинга территорий) — выставки, фестивали и др.;
- распространение информации в деловой среде об успешно реализованных инвестиционных проектах на данной территории.

Таким образом, можно сделать вывод, что в конкурентной борьбе между территориями за инвестиции наиболее эффективным оружием является именно использование маркетинга территорий. Применение предложенной методики выбора наиболее перспективных отраслей и предприятий внутри них с привязкой к территории и дальнейшее их продвижение в деловой среде позволят привлечь значительные инвестиционные ресурсы с минимально возможными рисками для самих инвесторов.

Литература

1. Основные тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере Республики Беларусь : аналит. обзор. / Нац. банк Респ. Беларусь. — Минск, 2016. — 60 с.

2. Биглова, А. А. Территориальный маркетинг как фактор повышения инвестиционной привлекательности [Электронный ресурс] / А. А. Биглова, Е. В. Гастенова // Интернет-журнал «Науковедение». — 2015. — № 6 (31). — Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/79EVN615.pdf>. — Дата доступа: 20.04.2017.

Е.О. Костюкевич, Е.В. Шамрай
БГЭУ (Минск)

Научные руководители **Н.С. Медведева** — канд. экон. наук,
Е.В. Кудасова

СЕРВИС КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО. ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ В БЕЛАРУСИ В СРАВНЕНИИ С ДРУГИМИ СТРАНАМИ

В условиях жесткой рыночной конкуренции качественное обслуживание клиентов стало единственным конкурентным преимуществом, ведь, согласно исследованиям, люди в два раза чаще жалуются на отрицательный опыт, чем обсуждают положительный. Сохранение имеющихся клиентов (согласно исследованию Американской ассоциации менеджмента, постоянные клиенты обеспечивают в среднем, 65 % оборота компании) и привлечение новых являются основными функциями сервиса [1]. Сервис обладает эффектом мультипликатора: он умножает результаты, достигнутые с помощью маркетинговых инструментов. Когда клиенты довольны сервисом, это помогает не только повысить продажи, но и экономить значительные финансовые средства.

В ходе исследования было проанализировано качество предлагаемых гостиничных услуг в различных странах. В качестве объектов ис-

следования были выбраны три гостиницы сети Renaissance 4 «звезды», расположенные в Минске, Москве и Вене. Для полноты анализа был использован усовершенствованный комплекс маркетинга 7P [2].

Сравнительный анализ комплекса маркетинга различных отелей был произведен в ходе проведения кабинетных исследований. Оценка по таким критериям, как продукт и окружение, оказалась идентичной, так как все отели находятся на одном уровне «звездности» и имеют большое количество достопримечательностей в шаговой доступности. Наилучшие результаты Renaissance Minsk Hotel показал в таких позициях, как цена и профессионализм персонала, так как предлагает наименьшую цену за стандартный номер в сравнении с другими рассматриваемыми гостиницами. Кроме того, согласно отзывам клиентов на сайте booking.com, персоналу Renaissance Minsk Hotel было присуждено наибольшее количество баллов (9 баллов из 10). Вместе с тем наибольшее количество лидирующих позиций получила гостиница Renaissance Wien Hotel, по таким критериям, как место, продвижение и процесс. Венская гостиница имеет наибольший спектр предоставляемых уникальных услуг и использует самое большое количество инструментов продвижения.

Согласно данным сайта booking.com, отели имеют следующие общие оценки: Renaissance Wien Hotel: 8,8 (соотношение цена/качество 8,6); Renaissance Minsk Hotel: 9,0 (соотношение цена/качество 8,4); Renaissance Moscow Monarch Center Hotel: 8,6 (соотношение цена/качество 8,2) [3].

В ходе исследования было выявлено, что гостиничные услуги в Республике Беларусь находятся на довольно высоком уровне и Renaissance Minsk Hotel является золотой серединой в большинстве рассматриваемых критериев. Для грамотного продвижения гостиницы Renaissance Minsk Hotel рекомендуется повысить количество маркетинговых инструментов.

Подводя итоги, можно сказать, что все анализируемые объекты достойны своих 4 «звезд»: высокие оценки и огромное количество положительных отзывов от гостей со всего мира говорят сами за себя.

Литература

1. Improving Customer Experience Can Help Beat Your Competition, Drive Loyalty and Boost Profits [Electronic resource] // American Management Association. — Mode of access: <http://www.amanet.org/training/articles/improving-customer-experience-can-help-beat-your-competition-drive-loyalty-and-boost-profits.aspx/>. — Date of access: 05.04.2017.

2. Анализ качества гостиничных услуг [Электронный ресурс] // Cyberleninka. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-kachestva-gostinichnyh-uslug-na-osnove-protsessnogo-podhoda/>. — Дата доступа: 05.04.2017.

3. Сайт «Booking.com» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.booking.com/index.ru.html/>. — Дата доступа: 05.04.2017.

С.П. Костюкович, А.Н. Вечорко
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель Г.С. Новик

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ КРОСС-ДОКИНГА В ЛОГИСТИКЕ

Большинство логистических компаний в Республике Беларусь в связи с конкуренцией сталкивается с проблемой уменьшения времени доставки и все чаще обращает внимание на различные методы, стимулирующие эффективность перемещения товаров. Технология «кросс-докинг» — одно из перспективных направлений на рынке логистических услуг, ее внедрение позволяет исключить хранение товаров на складе внутри цепи поставок. В индустрии грузоперевозок США она применяется с 1930 г., однако в Беларуси начала использоваться лишь около 10 лет назад, поэтому данная тема является актуальной и развитие технологии кросс-докинга будет перспективным в нашей стране.

Кросс-докинг — процесс приемки и отгрузки товаров и грузов через склад напрямую, без размещения в зоне долговременного хранения. Это совокупность логистических операций внутри цепочки поставок, благодаря которым отгрузка со склада и доставка товаров максимально точно согласуются по времени. Результат — продукция доставляется за минимальный срок. Обычно данную технологию доставки товаров используют при перемещении скоропортящихся продуктов, а также розничной продукции с постоянным спросом. Реже перевозятся высококачественные изделия.

Кросс-докинг происходит в один или два этапа: одноэтапный кросс-докинг — груз проходит через склад в качестве неизменного отдельного заказа; двухэтапный кросс-докинг — отгруженная партия товара подвергается переоформлению, и товар на складе может быть разделен на группы. Хранение товара на складе в обоих случаях полностью исключается. Прямая перегрузка товара с одного транспортного средства на другое ведет к сокращению затрат при организации складских операций на 20–30 %.

Для нормальной работы технологии кросс-докинга необходимы складские помещения, обладающие достаточным количеством ворот (доков). При выполнении операций кросс-докинга склад в классическом его понимании не нужен. Больше подойдет невысокое помещение большой длины и прямоугольной формы, оборудованное погрузо-разгрузочными доками. Необходимо проектирование зданий различных конфигураций (H-, I-, L-, T-, U-образных) [2].

Преимущества кросс-докинга: 1) сокращение складских площадей, отводимых под размещение грузов; 2) снижение расходов, направленных на аренду склада и оплату услуг персонала; 3) сокращение сроков, отведенных на осуществление поставок; 4) существенное увеличение товарооборота.

Недостаток кросс-докинга: не предусматривается внутритарный контроль количества и качества принимаемого и отгружаемого товара, что в последующем может привести к разногласиям между поставщиком и грузополучателем, а также оператором кросс-докинга.

В Республике Беларусь кросс-докинг применяется следующими крупными логистическими центрами и компаниями: Белтрансэкспедиция, Бугинком, Белтаможсервис, Крафттранс, Л-БИТ групп, Озерцологистик и др. [1].

Таким образом, компании, использующие технологию кросс-докинга, значительно снижают свои издержки, повышая конкурентоспособность. Если рассматривать в целом белорусский рынок логических услуг, то следует отметить, что общая неразвитость складского и логистического рынка пока не позволяет говорить о полноценном развитии технологии «кросс-докинг» в Республике Беларусь, применение которой носит ограниченный характер.

Литература

1. Курочкин, Д. В. Современная складская инфраструктура в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Д. В. Курочкин // Техновиза. — Режим доступа: <http://www.tehnoviza.by/assets/files/log-center-v-RB-2017.pdf>. — Дата доступа: 03.04.2017.

2. Пензев, В. Н. Кросс-докинг / В. Н. Пензев // Логистика и управление цепями поставок. — 2012. — № 5 (52).

В.И. Курецкая, Е.С. Щит
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Г.С. Новик

ЛОГИСТИКА МЕЖДУНАРОДНЫХ ПОСТАВОК ВОЛКОВЫССКОГО ОАО «БЕЛЛАКТ»

Волковское ОАО «Беллакт» является единственным предприятием в Республике Беларусь, которое выпускает молочные смеси и каши для детского питания, а также предоставляет большой ассортимент молочной продукции. За годы своей работы оно зарекомендовало себя как производитель высококачественной продукции, реализуемой как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Около 40 % выпускаемой продукции экспортируется.

Волковское ОАО «Беллакт» поставляет продукцию в 14 стран мира:

- страны ЕАЭС (Евразийского экономического союза): Российская Федерация, Казахстан, Кыргызстан, Армения;
- страны СНГ (Содружество независимых государств): Украина, Азербайджан, Молдова, Туркменистан;
- другие страны: Грузия, Пакистан, Китай, Монголия, Турция, Египет [1].

Логистика экспортных поставок выстраивается для каждой страны в зависимости от продолжительности работы на данном рынке, а также от объема, ассортимента и периодичности поставок.

Основной объем экспорта продукции предприятия приходится на поставки в Российскую Федерацию. В 2015 г. поставки в данный регион составили 92,3 % общего объема экспорта. Поставки осуществляются на регулярной основе: от 3 до 5 раз в неделю.

Второй по объемам поставок регион — Украина. Продукция поставляется два раза в месяц.

В России и Украине предприятием создана своя товаропроводящая сеть. Это дочерние предприятия ООО «Торговый дом «Беллакт» в Москве и ООО «Беллакт—Украина» в Киеве.

Третий по объемам поставок регион — Республика Пакистан. Доставка продукции производится на постоянной основе 1 раз в месяц.

Поставки осуществляются в адрес дистрибьютера Biolinks International FZE на условии CFR порт Карачи. Продукция доставляется до порта отправления железнодорожным транспортом, с порта отправления до порта назначения — морским транспортом за счет Волковьского ОАО «Беллакт». Согласно базису поставки CFR, покупатель берет на себя все риски потери или повреждения товара, как и другие расходы после передачи товара продавцом перевозчику, а не когда товар достигнет места назначения.

В другие страны продукция поставляется на условиях FCA г. Волковыск завод-изготовитель, то есть ОАО «Беллакт» как продавец передает товар, выпущенный в таможенном режиме экспорта, указанному покупателем перевозчику на складе в г. Волковыске [2, с. 103–105].

Проанализировав логистику внешнеэкономических поставок предприятия, можно еще раз отметить увеличение доли экспорта в общем объеме выручки от реализации продукции, товаров, работ и услуг. ОАО «Беллакт» активно участвует в повышении экономического роста нашей страны и выводе отечественной продукции на качественно новый уровень.

Литература

1. Официальный сайт Волковьского ОАО «Беллакт» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.bellakt.com/about/istorija_predprijata/. — Дата доступа: 03.04.2017.

2. Бизнес-план развития Волковьского ОАО «Беллакт» на 2016 г. — Волковыск, 2016. — 178 с.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА РЫНКЕ

В настоящее время актуальной является проблема сокращения рынка декоративной косметики, решение которой невозможно без применения маркетинговых коммуникаций.

По данным проведенного исследования было выявлено, что 50 % девушек в возрасте от 19 до 35 лет пользуются белорусской декоративной косметикой. Из них 68 % считают, что белорусская декоративная косметика привлекательна ценой, 67 % уверены, что она натуральная и 83 % девушкам нравится эффект от ее использования.

В процессе проведенных кабинетных и полевых исследований были выявлены причины, по которым остальные 50 % девушек не пользуются белорусской декоративной косметикой. Чаще всего это обусловлено проблемами выбора: 10 % девушек говорят, что трудно подобрать тон, цвет, так как зачастую отсутствуют тестеры, 4 % жалуются на то, что косметика находится за витриной, 5 % девушек не хотят обращаться к консультанту.

Решением для вышеперечисленных проблем может стать приложение «Люстэрка», которое предназначено для помощи в выборе средств декоративной косметики.

Инновационность упомянутого приложения состоит в том, что пользователь загружает приложение, экран превращается в зеркало, где можно подобрать образ: цвет волос, тушь, помаду, румяна и другие средства. Далее приложение формирует предложение с ближайшими магазинами, где можно все это купить и указывает стоимость выбранных средств декоративной косметики. Оно предлагает различные наборы средств, исходя из предпочтений пользователя, оповещает о скидках и новинках.

Приложение соответствует трем ключевым факторам, которые способствуют тому, что клиент «приклеивается» к компании: автоматизация, инновационность, индивидуализация. Как следствие, видоизменяется классический путь, который человек проходит, принимая решение о покупке, путем сокращения этапов знакомства с товаром и его оценки.

Таким образом, описанные маркетинговые коммуникации с использованием вышеупомянутого приложения позволяют эффективно решить проблему выбора декоративной косметики.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ДЕКОРАТИВНОЙ КОСМЕТИКИ

Производство декоративной косметики в Беларуси освоено в 1990-х гг., отечественные производители пока отстают по многим позициям от зарубежных. Им трудно соперничать с такими компаниями мирового уровня, как MAC, Dior, Chanel, Inglot, но на сегодняшний день положение белорусских производителей меняется в лучшую сторону.

На рынке косметики выделяется ряд характерных тенденций: возрастающие требования к качеству продукции, рост интереса к отечественной декоративной косметике, переход потребителей от люксовой к недорогой продукции [1]. Это не могло не сказаться на объеме продаж. На фоне устойчивого снижения импорта — на 34 % по сравнению с 2013 г. — увеличивается производство внутри страны [2, с. 341]. Это говорит о том, что у отечественных производителей есть шансы занять лидирующие позиции в Беларуси на рынке декоративной косметики за счет лучшего соотношения цены и качества, ассортимента, экологичности и безопасности, собственной производственной базы, сертификатов качества.

Для исследования выбраны 4 белорусские компании: Белита-Витэкс, BelorDesign, Relouis и Luxvisage, сосредоточенные в недорогом сегменте «масс-маркет», имеющем хорошие перспективы роста, а значит, достижения целей маркетинга — увеличения доли рынка и объема продаж. В этом сегменте белорусская косметика успешно конкурирует с компаниями Eveline Cosmetics и Bell, а также Essence и Lumene.

Так как ведущие европейские косметические фирмы, в том числе и белорусские компании, закупают сырье и компоненты у одних и тех же производителей, но есть различие в применении технологий и существует психологическая установка потребителей «Хорошей может быть только импортная косметика», зарубежные производители пока выигрывают [3].

Совершенствование технологий изготовления косметики для белорусских производителей должно быть не самоцелью, а доказательством качества и безопасности, а также соответствия стандартам и сертификатам.

Для доказательства наших выводов проведен опрос среди женщин (от 18 до 45 лет) с низким и средним доходом. В опросе приняли участие 100 человек. Результаты оказались следующими: 70 % утверждают, что пользуются декоративной косметикой каждый день. Из них 86 % пользуются белорусской косметикой постоянно, остальные предпочитают только импортную косметику. Из ранее указанных производителей белорусской косметики 44 % респондентов отдают предпочтение

Relouis, 33 % — компании Luxvisage, 22 % — Белита-Витэкс и 15 % — BelorDesign. 37 человек считает белорусскую косметику качественной, а 88 — недорогой и доступной для населения. 78 % опрошенных согласны порекомендовать белорусскую косметику знакомым.

Белорусские торговые марки уже имеют узнаваемость и популярность среди потребителей. Для ее повышения необходимо решить ряд проблем: обеспечить рынок системой информирования, усовершенствовать запах косметики, дизайн упаковки, систему дистрибуции и продаж, расширить номенклатуру товара, повысить эффективность коммуникаций.

Это может стать основой для разработки маркетинговых программ для данных производителей.

Литература

1. Создание косметического бренда: основные правила и тенденции рынка [Электронный ресурс] // Брендное агентство KOLORO. — Режим доступа: <https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing/sozдание-kosmeticheskogo-brenda-osnovnye-pravila-i-tendencii-rynka.html>. — Дата доступа: 01.04.2017.
2. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2016. — 394 с.
3. Преимущества белорусской косметики [Электронный ресурс] // Интернет-магазин «Beloris.ru». — Режим доступа: <https://beloris.ru/article/pochemu-belorusska-kosmetica>. — Дата доступа: 29.03.2017.

А.А. Леонова, В.В. Толокняник
БГЭУ (Минск)
Научные руководители **Н.А. Подобед** — канд. экон. наук,
А.А. Гуртовой

СОВМЕСТНЫЕ ФОРМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

Стартап — это только что созданная, находящаяся на стадии развития и строящая свой бизнес на основе либо новых инновационных идей, либо новейших технологий компания. Большинство стартаперов сразу сталкивается с проблемой: идея есть, но нет денег на реализацию. Но это не единственное крупное препятствие. Многие проекты не достигают целей по причине малого охвата и неспособности продвинуть идею в массы. Есть ли для двух этих проблем одно решение?

Цель нашей работы — определить наиболее подходящий для стартапа вид финансирования, исходя из необходимости использовать в проекте маркетинговые методы, которые обеспечивали бы быстрое проникновение на рынок.

Поскольку у большинства стартаперов нет опыта работы, при выборе вида финансирования мы решили посмотреть в сторону менее риско-

ванных с точки зрения потери крупных сумм и управления бизнесом вариантов, чем венчурное и акционерное инвестирование.

Таким образом, у нас остались три варианта финансирования: банковский кредит, краудинвестинг и краудфандинг. Банковская сфера хорошо изучена и широко известна, поэтому остановиться хотелось бы на двух других.

Краудфандинг — это коллективное финансирование интересных идей в обмен на подарки и бонусы.

Краудинвестинг — финансирование, при котором инвестор получает доли в компании пропорционально сумме вклада. Вклад одного инвестора здесь гораздо выше, чем при краудфандинге, что позволяет собрать большую сумму средств за более короткий срок.

Анализ выбранных методов мы проводили по трем параметрам. Их выбор обусловлен спецификой нашего исследования: необходимо найти оптимальный вариант между низкой стоимостью и маркетинговыми возможностями метода финансирования по привлечению широкой аудитории. В результате стало очевидно, что у каждого метода есть свои преимущества, которые можно использовать, и недостатки, негативный эффект от которых можно сократить:

- единовременный объем финансирования. У каждого метода разные возможности и высокие риски не получить средства. Если в банке можно сразу запросить крупные суммы и понимать, на что рассчитывать, то в краудфандинге, чтобы привлечь эту же сумму, понадобится гораздо больше времени и инвесторов, а гарантий в этой сфере никто не дает;
- стоимость привлеченных средств. Здесь имеется ввиду сравнение форм финансирования по стоимости затрат на привлечение 1 инвестиционного рубля;
- возможности ресурсов для охвата целевой аудитории. При банковском кредите про проект знает только заемщик и менеджер, который обрабатывает заявки. Аудитория же краудплатформ дает возможность всем начинающим новое дело протестировать нишу и уже на ранней стадии понять, насколько интересен проект инвесторам. Краудфандинг в данном случае — не только привлечение инвестиций, но и сообщество потребителей, которые могут оказаться целевой аудиторией. Таким образом, можно начать формировать спрос еще до старта проекта.

Подводя итоги: если перед новым бизнесом стоит цель быстро привлечь инвестиции, стоит воспользоваться возможностями краудинвестинга. Этот способ поможет снизить риски банковских кредитов, привлечь заинтересованных в проекте крупных инвесторов. Если же цель стоит в привлечении внимания потенциальных клиентов, краудфандинг как форма финансирования проекта окажется лучше за счет гораздо больших маркетинговых возможностей. Речь здесь идет не только о сборе средств, но и использовании сути платформы для реализации первых маркетинговых ходов — информировании о товаре или услуге, формировании первоначального спроса и получении обратной связи

о продукте от потенциальных клиентов еще до крупномасштабного запуска проекта, что может существенно снизить издержки в будущем.

Таким образом, комбинируя эти формы финансирования в проекте, можно достичь решения исходной проблемы и наилучшего эффекта от синергии различных возможностей рассмотренных методов финансирования — получить широкий охват аудитории при низкой стоимости привлеченных средств.

Литература

1. Взболтать, но не смешивать: как выбрать тот самый канал финансирования [Электронный ресурс] // Rusbase. — Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/vzbaltivat-no-ne-smeshivat/>. — Дата доступа: 01.04.2017.

2. Кредиты банка Белгазпромбанк [Электронный ресурс] // Myfin.by. — 2017. — Режим доступа: <https://myfin.by/bank/belgazprombank/kredity>. — Дата доступа: 04.04.2017.

Т.А. Лешкевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.В. Верниковская — канд. экон. наук

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ СОВМЕСТНЫХ ЗАКУПОК В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ

В настоящее время среди конечных потребителей широкое распространение получили совместные покупки. Суть их заключается в том, что группа людей (по сути розничных покупателей) покупает определенные товары у поставщика по оптовым ценам. Такой подход часто позволяет серьезно сэкономить на стоимости продукции и ее доставке.

Такой способ закупки был бы эффективен на рынке b2b, поскольку, по мнению автора, является хорошей возможностью сократить издержки для малых фирм, которым сложно конкурировать с крупными сетями, диктующими условия поставщикам и предлагающими покупателям более низкие цены.

Рассмотрим схему закупок, которая объясняет преимущества описываемой методики. Допустим, есть три фирмы, каждая из которых единолично закупает товар по цене 100 у.е. за 10 единиц товара. Поставщик же при объеме закупки свыше 300 у.е. предоставляет скидку в размере 20 %. Тогда фирмам выгодно объединить свои заказы в один. Они размещают заказ на 30 единиц товара и, соответственно, получают скидку в 60 у.е. Каждая компания экономит по 20 у.е. за 10 единиц товара.

При объединении закупочных функций фирмы получают ряд преимуществ, а именно:

- возможность работать на рынке по конкурентным ценам и делать выгодные предложения;

- получение максимальной прибыли из-за возрастающей разницы между закупочной и продажной ценами;

- увеличение объема продаж благодаря низким ценам.

Вместе с тем у такого союза есть и недостатки. В основном это связано с риском утечки коммерческой информации, но в то же время между партнерами может быть заключен договор о неразглашении информации.

Партнером может стать как конкурент, так и фирма, работающая в неконкурентной отрасли [1].

Итак, чтобы организовать совместную закупку, необходимо:

- выбрать партнеров и установить с ними контакт;

- определить, от имени какой фирмы будет исходить заказ;

- решить вопрос с доставкой товаров;

- организовать систему взаимодействия отделов закупок для передачи информации о потребностях каждой фирмы.

С течением времени такое сотрудничество может выделиться в отдельную компанию, которая будет заниматься закупками на независимой основе.

Таким образом, совместные закупки будут хорошим вариантом для мелких фирм. Это позволит им получить скидки и отсрочки платежа у поставщиков, убрать из логистической цепи посредников и тем самым снизить цены на товары, привлечь больше покупателей и стать более конкурентоспособными.

Литература

1. Мизинов, С. Закупая, объединяйтесь! [Электронный ресурс] / С. Мизинов // Бизнес-образование online. — Режим доступа: <http://www.bizeducation.ru/library/log/indust/5/mizinov.htm>. — Дата доступа: 24.03.2017.

А.Е. Маслова, М.С. Зуева

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.В. Верниковская — канд. экон. наук

ЛОГИСТИКА ЗАПАСОВ В ОАО «БЕЛАРУСЬРЕЗИНОТЕХНИКА» И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Управление запасами — важная сфера деятельности предприятия. Запасы создаются во всех отраслях, на организациях любой формы собственности. Состояние и эффективность использования товарных запасов — основные условия успешной деятельности компании. При сбое в управлении запасами наблюдается нарушение ритмичности всего производства [1, 2].

ОАО «Беларусьрезинотехника» — одно из крупнейших в нефтехимической и нефтеперерабатывающей отрасли в Республике Беларусь и на территории СНГ [5, 6].

Площадь и объем склада предприятия используется недостаточно эффективно, у склада имеется избыточная площадь около 550 м². Данная проблема мешает организовать эффективное использование площади и объема склада [4].

Размещение товаров на складе необходимо выполнять таким образом, чтобы при последующих технологических операциях число перемещений складских служащих было минимальным. С этой целью делят все товарные позиции на три группы. Для их хранения выделяют «горячие» и «холодные» складские зоны. Чтобы оптимально разделить всю номенклатуру, необходимо воспользоваться методиками ABC- и XYZ-анализа [3].

В результате ABC-анализа товары были распределены по 3 группам: к группе А относятся 3 товара из 15, т.е. их доля в общем количестве равна 20 %; к группе В относятся 4 товаров из 15 с долей в общем количестве 26,7 %; к группе С относятся 8 товаров из 15 с долей в общем количестве 53,3 %.

По итогам XYZ-анализа в группу Х вошло 5 наименований товаров, что составляет 33,3 % общего количества; в группу Y вошло 3 наименования товаров, что составляет 20 % общего количества; в группу Z вошло 7 наименований товаров, что составляет 46,7 % общего количества.

После составления совмещенной матрицы все товары были распределены по группам, позже разделенным по зонам. К «горячей» зоне хранения будут отнесены позиции, находящиеся в группах AX, AY, BX, к «средней» зоне — позиции AZ, BY, CX, к «холодной» — BZ, CZ, CY.

1	10	7
5	3	4
8	13	11
14	6	2
12	15	9

Рис. 1. Размещение грузов на складе до оптимизации

13	14	15
10	11	12
7	8	9
4	5	6
1	2	3

Рис. 2. Размещение грузов на складе после оптимизации

Как результат, благодаря проведению ABC-XYZ-анализа время, затрачиваемое на комплектацию из ячейки, сократилось на 15 %, время перемещения между ячейками — на 35 %, а выработка увеличилась на 43,5 % [4].

Литература

1. Алесинская, Т. В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления / Т. В. Алесинская. — Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2009. — 79 с.
2. Гаджинский, А. М. Логистика : учебник / А. М. Гаджинский. — 21-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К°, 2013. — 484 с.
3. Формы организации складского хозяйства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.logistclub.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=124&Itemid=140. — Дата доступа: 15.04.2015.
4. Показатели эффективности использования площади склада [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://fsoler.com/lekczi-na-russkom/47-tema-7-sklady-v-logistike/416-pokazateli-effektivnosti-ispolzovaniya-ploskhadi.html>. — Дата доступа: 25.04.2015.
5. Устав ОАО «Беларусьрезинотехника».
6. Бизнес-план ОАО «Беларусьрезинотехника».

О.Н. Пекарь, А.А. Анкудович
 Научный руководитель **Д.А. Жук**

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Быстро меняются как исследовательские методы, так и отношения респондентов с респондентами. Главная современная тенденция маркетинговых исследований это, безусловно, интернетизация и дигитализация. Сегодня клиенты все больше запрашивают наши прогнозы: как будут изменяться продажи, будет ли запуск нового продукта успешным. Задача — быть ближе к потребителю и лучше его слышать. Сегодня мы все больше переходим от изучения мнений потребителя к исследованию его опыта. Все новое — хорошо забытое старое.

Еще одна тенденция развития маркетинговых исследований — это глокализация и развитие новых рынков. Дигитализация маркетинговых исследований усиливает эту тенденцию. В этой связи, несмотря на глобальное развитие цифровых технологий, всегда будут существовать ниши для традиционных методов исследований, таких как face-to-face, телефонные опросы, глубинные интервью и фокус-группы.

Последняя тенденция — это «гипертрофированная» забота о сохранении персональных данных. Эта тенденция также вызвана дигитализацией нашей жизни и будет сильно влиять на наш рынок.

В соответствии с главной тенденцией основные методы маркетинговых исследований сегодня развиваются в области цифровых техноло-

гий. Прежде всего, это онлайн опросы, которые, правда, уже превратились из инновационных в повседневные. В Беларуси пока личных интервью больше, но тенденция та же. Так или иначе, наступает конец большой эпохи личных интервью.

Говоря о цифровых технологиях, нельзя не сказать о таком методе сбора данных, как САРІ. Сегодня для этого используются, в основном, планшеты. Они не только позволяют проводить опросы, которые невозможно провести без компьютера, но и дают возможность собирать данные в момент совершения респондентом определенных действий, важных для исследования.

Относительно новым направлением в области цифровых технологий являются качественные онлайн-исследования в блогах и форумах. Уже довольно долгое время компьютеры респондентов оборудуются специальными программами, так называемыми кукисами, которые позволяют отслеживать все контакты с рекламой.

Изменяются и исследования коммуникаций с потребителем. Появилось, например, пассивное измерение просмотра, когда данные наших измерений накладываются на медиа-план клиента. В результате мы получаем вероятность просмотра рекламы или opportunity to see.

Кроме традиционных исследований средств коммуникаций и их воздействия мы все активнее изучаем так называемые touch points — точки взаимодействия потребителя с продуктом и их характеристики. Взаимодействие с маркой всегда является комплексным и многомерным. Это не только промоакции и реклама, но, например, очереди, музыка, освещение, чистота и т.д. В каждом исследовании свой набор точек взаимодействия с продуктом или услугой.

Достаточно активно сегодня применяются методы исследования непосредственной реакции респондента на те или иные события, в том числе и на так называемые «ответы тела». С помощью айтрекеров отслеживается зрительная реакция респондента на продукт или его расположение в магазине. В рекламных исследованиях отслеживается кожно-гальваническая реакция. Все чаще на практике применяются исследования эмоций.

Из этого следует, что необходимо осваивать цифровые технологии, понимать задачи клиента и лучше понимать потребителя. Понятно, что за этими простыми рекомендациями стоит огромная работа.

Литература

1. Демидов, А. Доклад на III Съезде региональных исследовательских компаний / А. Демидов. — Апрель 2014 г.
2. Вишняков, В. А. Комплекс по дисциплинам «Основы электронного бизнеса», «Основы электронной коммерции» / В. А. Вишняков. — Минск : МИУ, 2004. — 152 с.

УЦП В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Индустрия моды — это индустрия с многомиллиардными доходами, внушительными инвестициями и высокой конкуренцией. В условиях развитой конкурентной среды значительное преимущество компаниям приносит не просто созданный продукт, а грамотно выстроенная и бесперебойная работа логистического отдела в рамках управления цепями поставок.

Современный рынок предполагает ограниченное время и заданный бюджет, что является серьезным логистическим вызовом для компаний, работающих в индустрии моды. Данная отрасль имеет ряд характерных особенностей, которые необходимо учитывать при осуществлении логистической деятельности в ней. К ним относятся: волатильность рынка, низкая эффективность прогнозирования, длительный срок выполнения заказа, глобальная географическая сеть партнеров, короткие жизненные циклы продукции, высокий ассортимент, выраженная сезонность, высокий объем разнородной документации, большое количество взаимосвязей в каналах поставки.

Влияние процессов глобализации на международный бизнес способствовало преобразованию региональных компаний индустрии моды в транснациональные корпорации. Под воздействием ТНК сформировалась глобальная цепь поставок, которая является технологически или организационно-экономически обусловленной последовательностью поставщиков и потребителей товаров и услуг, находящихся в различных странах.

Все вышеизложенное подчеркивает необходимость разработки индивидуального подхода к управлению цепями поставок в индустрии моды. Это можно проиллюстрировать на примере двух гигантов масс-маркета — H&M и Zara.

Шведская торговая сеть H&M в стремлении быть лидером в ценовом сегменте активно пользуется услугами аутсорсинга. Большая часть товаров данного бренда (60 %) производится в Азии, несмотря на это компания осуществляет быстрые поставки в 64 страны. H&M делает ставку на циркулярную экономику с вторичным использованием одежды и на экологически социальные инициативы. Тестируя различные способы экономии сырья, компания акцентирует свое внимание на ресайклинге (переработке отходов). H&M стала первой fashion-компанией, которая обнародовала список поставщиков одежды, тканей и волокон.

Испанская компания Zara в первую очередь славится своей стратегией, основанной на минимизации времени. Процессы в компании построены так, что она способна обеспечить весь цикл производства одежды от дизайнера до появления в магазинах всего за 1–2 недели по сравнению

со средним показателем в fashion-индустрии — 6 месяцев. Сложные модели (половина продукции) Zara шьет непосредственно на своих фабриках в Испании, а простые отдает на аутсорсинг. У холдинга хорошо налажена обратная связь магазинов с центральным офисом, а автоматизированные распределительные центры практически равноудалены от крупных фабрик, что позволяет осуществлять быстрые поставки. При этом все новые продукты выпускаются малыми партиями. Это дает возможность понять, какие проекты являются прибыльными, а также позволяет значительно снизить риск производства невостребованного товара в большом количестве.

Таким образом, индустрия моды как отрасль хозяйствования обладает характерными особенностями, требующими внимания со стороны логистических отделов fashion-компаний. В целях сохранения конкурентоспособности на данном рынке компаниям необходимо выработать свою концепцию УЦП, при этом ориентируясь на гибкость, точность и скорость реагирования.

Литература

1. Баркова, Н. Ю. Управление цепями поставок транснациональных компаний в индустрии моды : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Н. Ю. Баркова. — М., 2016. — 197 л.

2. Zak, T. H&M's secret to cheap, affordable and fashionable clothing: Outsourcing [Electronic resource] / T. Zak. — Mode of access: <http://cmuscm.blogspot.com.by/2014/09/h-secret-to-cheap-affordable-clothing.html>. — Date of access: 22.03.2017.

А.Ю. Пресняцкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.Н. Саевец** — канд. экон. наук

ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА

Современный рынок — это рынок потребителя, а это значит, что перед многими организациями могут встать и встают проблемы реализации продукции, услуг. Для наиболее успешного решения данной задачи бывает не всегда достаточно традиционных методов продвижения. Поэтому все больше и больше фирм используют в своей практической деятельности методы стимулирования сбыта.

Стимулирование сбыта содержит в себе совокупность средств, призванных вызвать более быструю или более сильную ответную реакцию рынка на предложение продукта. Основными слагаемыми качества стимулирования сбыта прежде всего являются: привлекательность, информативность, побуждение к совершению покупки, ненавязчивость приемов воздействия, разнообразие приемов и средств стимулирования.

Следует также принять во внимание тот факт, что эффективность мероприятий по стимулированию сбыта значительно повышается, когда они используются совместно с другими формами и элементами продвижения товара, например, рекламой и персональными продажами.

Выбор средств стимулирования полностью зависит от поставленных целей. Все средства можно объединить в три большие группы:

1) ценовое стимулирование (продажа по сниженным ценам, льготные купоны, талоны, дающие право на скидку);

2) стимулирование в натуральной форме (премии, образцы товара);

3) активное предложение (конкурсы покупателей, игры, лотереи).

Современные инновационные инструменты стимулирования сбыта позволяют не только формировать спрос, но и создавать имидж товару и предприятию. Их условно можно объединить в четыре блока: cross-promotion (бонусные программы лояльности); event-marketing; социальные сети и блоги; психологическое ценообразование.

Применение бонусных программ лояльности позволяет создать у потребителя ощущение своего особого статуса, чего нельзя добиться путем предоставления обычных скидок.

Event-marketing — это комплекс специальных мероприятий и акций, проводимых с целью манипулирования поведением и мнением аудитории, специально приглашенной на такие события. В настоящее время к наиболее популярным и перспективным направлениям ивент-маркетинга относятся рекламный флешмоб, Product placement, Ambient Media.

Наиболее перспективным инновационным методом стимулирования является продвижение товаров и услуг через социальные сети и блоги. Они пользуются большой популярностью среди пользователей интернета. Большинство пользователей, которые посещают данные ресурсы, находятся в психологически расслабленном состоянии — это обстоятельство делает условия благоприятными для рекламной атаки на целевую аудиторию. Основные блог-форматы, подходящие для рекламы, PR и стимулировании сбыта: профессиональное сообщество, корпоративный блог, блог-промоутер товаров. Взаимодействие должно строиться на создании искреннего личного интереса к продвигаемому продукту, поскольку недостоверная информация может крайне негативно отразиться на репутации компании. Отбор «агентов-блоггеров», распространяющих информацию, — важная часть «сарафанного» маркетинга, позволяющая адресовать информацию о товаре непосредственно представителям целевой аудитории.

Психологическое ценообразование предполагает учет не только экономических аспектов цены, но и ее психологический эффект. Даже незначительная разница в цене способна внушить потребителю мысль о том, что товары различаются между собой. Как правило, потребители предпочитают умеренно средние цены. Низкие цены воспринимаются покупателями как низкое качество товара, а высокие — вызывают сомнения в справедливости цены.

Обязательным этапом в психологическом ценообразовании является определение справочной (референтной) цены. Относительно большинства товаров у покупателя есть определенные ценовые ожидания. Они представляют собой некоторый интервал цен данного товара, приемлемых для данного покупателя в данной ситуации. Она может быть в большей или меньшей степени точной, у нее может изменяться диапазон. Данная цена в маркетинге — справочная цена, и она определяет объем денежного эквивалента, который покупатель считает справедливым в корреляции с получаемой потребительской стоимостью. Референтная, или справочная цена может существенно отличаться от реальной цены, однако она оказывает существенное влияние на принятие решения о покупке и является внутренним стандартом оценки сравнения других цен.

Таким образом, использование современных инструментов стимулирования позволят значительно активизировать покупательское поведение потребителей при сравнительно более низких затратах финансовых средств на данные мероприятия.

Литература

1. Арман, Д. Стимулирование сбыта : учеб. пособие / Д. Арман. — М. : Нева, 2007. — 158 с.
2. Алексина, С. Б. Проблемы и перспективы применения инновационных методов стимулирования продаж в розничной торговле / С. Б. Алексина // Вестн. РЭУ им. Г.В. Плеханова. — 2015. — № 2 — С. 20–25.
3. Полещук, Н. А. Учет фактора времени в ценовой политике предприятия / Н. А. Полещук // Новая экономика. — 2011. — № 1. — С. 46–51.

Е.В. Солтан, О.А. Ефремова
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **О.И. Милевская**

КРАУДФАНДИНГ В БЕЛАРУСИ

В условиях развивающейся рыночной экономики в Беларуси для многих представителей малого бизнеса становится актуальной проблема поиска источников финансирования своей деятельности. Уже долгое время поддержка малого и среднего бизнеса является главной стратегической задачей нашего государства, поэтому одним из возможных вариантов получения средств является государственное субсидирование. Вместе с тем в условиях развития сетевого взаимодействия в управлении проектами, приобрело популярность такое направление, как краудфандинг.

Краудфандинг — это коллективное финансирование интересных идей в обмен на подарки и бонусы.

Самая известная и успешная в мире краудфандинговая платформа — это Kickstarter, основанная в 2009 г. Проекты платформы отслеживают американские корпорации, госструктуры и венчурные фонды, выбирая для себя те из них, в которые можно вложиться. Сбор средств осуществляется по модели «Все или ничего» — собранные деньги авторы проекта могут забрать только в том случае, если собрали 100 % заявленной суммы.

Основным конкурентом Kickstarter является платформа Indiegogo. Среди преимуществ этой платформы — размещение проектов разной направленности: от технологической до благотворительной. У Indiegogo более гибкая модель финансирования, которая называется «Оставь себе все» — возможность получить деньги, даже если финансовая цель кампании не достигнута. При этом стандартная модель «Все или ничего» также существует.

В Беларуси краудфандинг начал активно развиваться несколько лет назад. Сейчас в стране функционируют три крупные платформы для сбора средств.

Наиболее популярной краудфандинговой площадкой является Ulej.by, который стартовал в апреле 2015 г. Пока финансирование получают проекты с бюджетами до 5000 долл. США. Все собранные средства сегодня аккумулируются на счете банка в течение нескольких месяцев, пока не соберется необходимая для финансирования проекта сумма.

Проект «Талакошт» появился несколько раньше «Улья» как часть некоммерческой инициативы «Talaka.by», где люди с идеями могут найти себе единомышленников. Площадка была запущена в 2013 г. На данный момент там можно найти проекты из сфер образования, национальной культуры, социальной помощи, искусства и технологий.

Еще одна белорусская площадка Maesens.by была запущена в октябре 2011 г. По сути, это благотворительный аукцион встреч, где можно выставить встречу с собой на аукцион или выиграть встречу со знаменитостью, специалистом в какой-либо сфере или просто интересным человеком.

Одной из главных проблем краудфандинга считается его неопределенный правовой статус. В Европе эта сфера уже давно регулируется законодательством. Для развития краудфандинга в Беларуси необходима адаптация законодательства, так как пока что авторы данных ресурсов не могут полноценно подключать к краудфандингу юридических лиц ни в качестве авторов, ни в качестве спонсоров. Принятие закона в этой сфере может существенно увеличить объем инвестиций в инновационные проекты и в целом оживить стартапы, а гражданские инвесторы имеют возможность получить не только приятный бонус, но и часть акций компании.

Литература

1. Краудфандинг: новые экономические отношения [Электронный ресурс] // Проекты, меняющие мир. — Режим доступа: <http://blog.constart.ru/obshhee/kraudfanding/>. — Дата доступа: 27.03.2017.
2. Краудфандинг в Беларуси: площадки, перспективы, мировой опыт [Электронный ресурс] // Myfin.by | Банки Беларуси. Кредиты. Вклады. Курсы валют. — Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/5478-kraudfanding-v-belarusi-ploshhadki-perspektivy-mirovoj-opyt>. — Дата доступа: 29.03.2017.

М.В. Сушко

БГЭУ (Минск)

*Научные руководители Н.С. Медведева — канд. экон. наук,
Е.В. Кудасова*

ОТКРЫТИЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА — КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО «МАРКО»

Белорусские производители обуви пользуются услугами интернет-магазинов wildberries.by, lamoda.by, vitriny.by и др. Собственный интернет-магазин среди белорусских предприятий есть лишь у ОАО «Лидская обувная фабрика».

Преимущества собственного интернет-магазина: 1) выгодное отличие от конкурентов; 2) заинтересованность компании в формировании положительного образа своей продукции; 3) возможность проведения различных маркетинговых исследований при заказе. Существенным недостатком является высокий уровень затрат. Сильные стороны использования интернет-магазинов посредников: 1) низкие затраты; 2) наличие уже разработанного сервиса и способов доставки.

Рассмотрим некоторые примеры существующих интернет-магазинов.

Интернет-магазин Лидской обувной фабрики имеет приятное цветовое оформление, но хочется отметить слабый функционал сайта, платную доставку только через «Белпочту» и недостаточность информации для выбора обуви [1].

Wildberries.by — один из крупнейших интернет-магазинов модной одежды, обуви, аксессуаров, существует уже 12 лет [2]. Сильные стороны Wildberries — это бесплатная и быстрая доставка (от 2 до 10 дней), возврат в течение 21 дня и большое количество пунктов самовывоза. Слабая сторона их сайта — это перенасыщенность информацией главной страницы.

Одним из самых успешных продавцов обуви в интернете является Zappos. За 10 лет эта американская компания превратилась в многомиллиардную корпорацию [3]. Сильные стороны Zappos: 1) бесплатная и быстрая доставка на территории Штатов (1–2 дня); 2) возврат в течение 365 дней; 3) легкий и быстрый способ возврата; 4) множество каче-

ственных фотографий товара и видео-обзор для облегчения выбора. Недостаток один — данная компания работает только на американском рынке.

Подведем итоги: создание собственного интернет-магазина поможет «Марко» укрепить лидерство на рынке, развивать положительное отношение к компании и проводить маркетинговые исследования среди потребителей. Не стоит делать как ОАО «Лидская обувная фабрика». Можно делать как Wildberries. Равняться нужно на сильных — на Zappos.

Литература

1. Интернет-магазин «Лидская обувь» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://lidashoes.by/>. — Дата доступа: 10.05.2017.
2. Wildberries.by — интернет-магазин модной одежды и обуви [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.wildberries.by/>. — Дата доступа: 10.05.2017.
3. Online Shoes, Clothing, Free Shipping and Returns | Zappos.com [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.zappos.com/>. — Date of access: 10.05.2017.

Е.В. Чуб

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.А. Синяевская — канд. экон. наук

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Интернет обладает уникальными характеристиками, значительно отличающимися от характеристик традиционных инструментов маркетинга. Одним из основных свойств среды Интернет является ее гипермедийная природа, характеризующаяся высокой эффективностью в представлении и усвоении информации, что значительно повышает возможности маркетинга в усилении взаимосвязи предприятий и потребителей.

Использование интернета в маркетинговой деятельности чаще всего отождествляется с интернет-рекламой и оптимизацией сайтов в поисковых системах. Такой подход является достаточно тривиальным и требует переоценки.

Несмотря на множество различных определений интернет-маркетинга, обобщив существующие подходы, можно дать достаточно четкое определение рассматриваемого термина, выразив его упрощенной формулой (см. рисунок).

$$\boxed{\text{Интернет-маркетинг}} = \boxed{\text{Маркетинг}} + \boxed{\text{Интернет-технологии}}$$

Формула интернет-маркетинга

Интернет в контексте его использования в реализации маркетинговой деятельности представляет собой интернет-рынок, для работы на котором компания может задействовать как интернет-маркетинг, так и традиционный. Интернет-рынок — совокупность всех пользователей Сети, являющихся потенциальными или существующими покупателями товаров и услуг и объединенных либо географическим положением, либо потребностями, породившими соответствующий спрос [1, с. 64].

Количество интернет-пользователей в мире на март 2017 г. составило 3 696 238 430 чел. [2]. Отметим, что 74 % интернет-пользователей приходится на так называемую двадцатку стран-лидеров по количеству пользователей Сети. В это число входят страны Азии, Европы, Америки.

Наиболее объективным показателем является уровень проникновения, так как данная величина является соотношением числа интернет-пользователей к численности населения конкретной страны. Наибольший уровень проникновения интернета наблюдается в Северной Америке (88,1 %), Европе (76,7 %), Австралии (68,0 %).

Размер интернет-аудитории Республики Беларусь в марте 2016 г. составил 5 085 109 чел. в возрасте от 15 до 74 лет [3] при численности населения, по данным Белстат на 2016 г., 9 498 400 чел. [4]. Соответственно, уровень проникновения составляет 53,5 %, что ниже показателя европейских стран. Независимо от некоторого отставания по сравнению со странами Евросоюза, организации Беларуси все же могут заниматься электронным бизнесом и успешно применять инструменты интернет-маркетинга.

Литература

1. Акулич, И. Л. Концепция интернет-маркетинга / И. Л. Акулич, В. С. Голик // Наука и инновации. — 2010. — № 2. — С. 62–66.
2. Мировая статистика в Интернете [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. — Дата доступа: 13.03.2017.
3. Белорусская интернет-аудитория в марте 2016 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.infopolicy.biz/?p=8295>. — Дата доступа: 13.03.2017.
4. Демографическая ситуация в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/socialnaya-sfera/demografiya_2/g/chislennost-naseleniya-po-oblastyam-i-g-minsku/. — Дата доступа: 13.03.2017.
5. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг : учебник / И. В. Успенский. — СПб. : СПГУЭиФ — СПб., 2003. — 197 с.

Секция 8

ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.В. Беликова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.А. Гец

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОВОЩЕВОДСТВА ЗАЩИЩЕННОГО ГРУНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В процессе исследований установлено, что создание условий социально-экономической стабильности в обществе предполагает помимо прочего необходимость формирования достаточных объемов и рациональной структуры продовольственных ресурсов. Важная роль в решении данного вопроса принадлежит осуществлению круглогодичного обеспечения населения качественной и разнообразной овощной продукцией в соответствии с физиологическими нормами. Решение данной проблемы возможно на основе развития и эффективного функционирования овощеводства в условиях искусственного климата.

Следует отметить, что благодаря реализации комплекса мер, определенных Концепцией развития тепличного хозяйства Республики Беларусь, овощеводство защищенного грунта страны трансформировалось и представляет собой самую индустриализированную отрасль растениеводства. В настоящее время тепличный комплекс республики включает 28 наиболее крупных хозяйств, где ежегодно производится около четверти валового сбора овощей защищенного грунта. С переходом тепличного хозяйства на качественно новый уровень развития в стране отмечаются увеличение урожайности, валовых сборов и существенное расширение ассортимента выращиваемых овощных культур.

Одним из значимых производителей овощей защищенного грунта является лидер аграрного рынка Витебской области ОАО «Рудаково». Об экономической эффективности производства овощей на предприятии можно судить по поступательному росту показателей урожайности и валового сбора данной продукции в хозяйстве. Внедрение малообъемной технологии выращивания тепличных овощей, где внешние условия — микроклимат и корнеобитаемая среда — создаются и регулируются искусственно с использованием автоматических систем, позволило в 2015 г. получить урожайность томатов на уровне 64,6 кг/м², зеленных культур и огурцов на уровне 58,2 и 57,5 кг/м² соответственно. Комплексный подход к выращиванию овощных культур, включая подбор семян, оптимизацию технологических параметров (система питания через

капельное орошение, подача CO₂, режимы температуры и влажности и т.д.), позволил не только повысить урожайность, но и увеличить экономические показатели работы отрасли. Так, выручка от реализации овощей выросла с 12,3 млн руб. в 2013 г. до 14,4 млн руб. в 2015 г., прибыль — с 1,563 до 1,741 млн руб. соответственно и составила 77 % прибыли хозяйства.

С целью выявления потребительских предпочтений и максимальной адаптации производства овощей к запросам потребителей нами разработана анкета и проведен опрос в торговой точке предприятия. Результаты проведенного исследования позволили установить, что для повышения эффективности овощеводства хозяйства необходимо:

- расширить ассортиментную линейку овощных культур за счет введения в культуuroоборот производство короткоплодных огурцов и зелени в стаканчиках салатной линии;
- совершенствовать сортовую структуру возделываемых томатов;
- наладить расфасовку части произведенных огурцов и помидор в полимерные сетки по 1 кг. При этом во избежание обезличивания продукции необходимо произвести обандероливание сетки, используя этикетки с фирменным логотипом, указанием производителя, качественных параметров овощей и даты сбора;
- освоить производство и массовое применение биологических средств защиты овощных культур от вредителей;
- активизировать деятельность по продвижению овощной продукции на рынке, используя рекламу, различные методы стимулирования сбыта, средства PR.

А.И. Битус
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.А. Самара — канд. экон. наук

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА И ИХ СТРАТЕГИЯ

В условиях перехода к гибким моделям управления важное значение придается оценке персонала организации. Это совокупность мероприятий, направленных на получение информации об индивидуальных особенностях работников, их деятельности и компетенциях. Она проводится при отборе кандидатов на вакантную должность; по окончании испытательного срока; для принятия решения о найме; для периодической оценки; в рамках аттестации; для выявления сотрудников с высоким потенциалом, а также в программах развития карьеры.

Оценка персонала является одной из наиболее важных функций управления человеческими ресурсами, поскольку она служит базой для решения многих других задач кадровой работы — мотивации, построения системы карьерного продвижения, формирования кадрового резерва, отбора и ротации, обучения и развития работников.

Результаты оценки являются основой для принятия управленческих решений. В случае успешного проведения оценки пользу из нее извлекают и организация, и руководитель, и оцениваемые работники.

Для решения различных задач управления персоналом важно выбрать именно те методы оценки, которые максимально эффективно способны их решать.

В научной социально-экономической литературе используются следующие виды оценки: по ее направленности, стилю, характеру, оцениванию, субъекту и объекту. Показатели оценки — использование рабочего времени, рост производительности труда, движение кадров, коэффициент эффективности управления, коэффициент экономической эффективности, показатель эффективности стимулирования и др.

В этой связи представляет интерес метод «360 градусов» (круговая оценка). Он может быть использован не только для оценки, он полезен для решения самого широкого круга задач, связанных с профессиональным развитием, — определения кандидатов в кадровый резерв, выявления потребности в обучении, формирования планов индивидуального развития, а также для поддержки и ускорения проводимых в организации изменений.

В период подготовки к проведению анализа методом круговой оценки также необходимо: определить перечень сотрудников, которые будут выполнять функции оценщиков, провести их подготовку и обучение; разработать и утвердить анкету; составить график проведения оценки; предусмотреть меры по обеспечению конфиденциальности информации.

С помощью оценки по методу «360 градусов» можно получить два вида информации — качественную и количественную. Первая описывает особенности каждого конкретного сотрудника, вторая — дает возможность сравнивать работников друг с другом. Блок анкеты, в котором предлагается оценить инициативность сотрудника, может быть представлен следующим образом: 1 балл — низкий; 2 балла — ниже среднего; 3 балла — средний; 4 балла — выше среднего; 5 баллов — высокий.

Многие западные компании используют унифицированную пятибалльную шкалу с описанием каждого уровня компетенции.

Для получения максимально точной оценки можно шкалы анкеты сопровождать поведенческими примерами, специально подобранными для каждой оцениваемой компетенции.

Например, если требуется оценить инициативность работника, то в качестве поведенческих индикаторов могут быть предложены следующие утверждения: 1 — никогда не проявляет инициативу; 2 — инициативу проявляет крайне редко; 3 — проявляет разумную инициативу; 4 — постоянно проявляет инициативу; 5 — предлагает творческие решения.

С целью получения количественной и качественной информации была разработана анкета для проведения мониторинга. Шкала оценки

представлена следующим образом: 1 — не имею информации; 2 — никогда не проявляет инициативу; 3 — проявляет инициативу крайне редко; 4 — проявляет разумную инициативу; 5 — проявляет инициативу постоянно; 6 — проявляет инициативу всегда, предлагает творческие решения.

С учетом разработанной шкалы установлена зависимость премирования работников организации от полученных оценок в пределах суммы средств, предусмотренных на стимулирование персонала: 1 балл — -10 %; 2 балла — -5 %; 3 балла — 0 %; 4 балла — 5 %; 5 баллов — 10 %; 6 баллов — 20 %.

В этой связи был распределен премиальный фонд между работниками отдела маркетинга ОАО МТЗ с учетом полученной оценки по методу «360 градусов» (см. таблицу).

Зависимость размера премий работников отдела маркетинга от полученной оценки по методу «360 градусов»

Должность	Полученная оценка	Премиальный фонд, руб.	Премиальный фонд проектируемый, руб.
Начальник отдела	6	18,552	18,552
Заместитель начальника отдела	5	15,460	15,460
Старший специалист по рекламе	4	12,368	12,368
Специалист по рекламе	3	9,276	0
Специалист по маркетингу	2	6,184	2,937
Специалист по сертификации	1	3,092	2,782
ИТОГО	21	64,932	49,168

Полученная экономия в размере 15,763 (64,932 – 49,168) руб. может быть распределена между начальником отдела, его заместителем, старшим специалистом по рекламе или направлена на снижение себестоимости продукции, так как она является основой формирования ее цены. Чем выше качество продукции и ниже цена, тем больше возможностей у предприятия завоевать рынок.

Ценность данного исследования состоит в том, что полученная информация может быть использована при разработке гибких систем оплаты труда.

МОДЕЛЬ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Производительность труда (ПТ) — важнейший показатель эффективности общественного производства, зависящий от уровня развития производительных сил в обществе, степени использования его производственного, научного, трудового, природного потенциала, соответствия производственных отношений характеру производительных сил. Следовательно, учет производительности труда на практике предполагает широкое применение в бизнес-планировании и коммерческом стимулировании подходов, отражающих полезность, то есть мощность, эффективность, надежность и т.п. Особое внимание уделяется управлению производительностью труда.

В качестве базы проведения анализа выбран Минский завод холодильников ЗАО «Атлант». Анализ соотношения темпов роста производительности труда и заработной платы на предприятии выявил необходимость проведения дополнительного исследования системы управления производительностью труда на предмет потенциальных резервов роста производительности труда.

В качестве методической поддержки моделирования был использован метод анализа иерархий Томаса Саати, точнее упрощенная модификация аналитической иерархической процедуры Саати [1].

На I этапе была произведена факторная декомпозиция исследуемой проблемы, а также декомпозиция фактора «Экономия рабочего времени» в разрезе потенциальных резервов роста производительности труда. II этап предполагает оценку выделенных критериев каждого уровня иерархии. В результате определяются матрицы оценок критериев или матрицы локальных приоритетов 1- и 2-го уровней. III этап — расчет матрицы коэффициентов глобальных приоритетов, где каждый элемент рассчитывается как произведение оценок 2- и 1-го уровней декомпозиции на весовые коэффициенты соответствующих им критериев. IV этап — ранжирование. Результаты аналитической иерархической процедуры представлены в таблице.

Разработанная модель направлена на установление приоритетов реализации потенциальных резервов роста производительности труда. На основе данной модели можно в рамках совершенствования системы управления ПТ возможно:

- определить значимые резервы роста ПТ (по наименьшему рангу);
- определить приоритетность реализации факторов и резервов роста ПТ;
- определить векторы развития системы управления ПТ в организации и выбрать наиболее перспективные из них (по наименьшей ранговой сумме).

Матрица коэффициентов глобальных приоритетов

Факторы и резервы	Матрица рангов глобальных приоритетов				Σ
Ликвидация прогулов	2	2	2	1	7
Ликвидация потерь рабочего времени по болезни	5	5	5	5	20
Ликвидация потерь рабочего времени по прочим причинам	4	3	3	3	13
Модернизация и обновление оборудования	3	4	4	4	15
Повышение квалификации работников	1	1	1	2	5
Изменение доли управленческого персонала	6	6	6	6	24

При условии реализации всех выявленных резервов общий прирост производительности мог составить: 2,73 % в 2012 г., 5,446 % в 2013 г., 3,466 % в 2014 г. и 3,391 % в 2015 г.

Литература

1. *Saati, T.* Принятие решений. Метод анализа иерархий [Электронный ресурс] / пер. с англ. Р. Г. Вачнадзе. — М.: Радио и связь, 1993. — Режим доступа: http://bsuir-helper.ru/sites/default/files/2011/03/11/met/Tomas_Saati_-_Prinyatie_Resheii._Metody_analiza_ierarhii.1993.pdf. — Дата доступа: 25.05.2017.

Е.Ю. Василенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.И. Тележников** — канд. экон. наук

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СООО «АЛЮМИНТЕХНО» ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ ЗА СЧЕТ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ НА РЫНКЕ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ

Эффективность деятельности предприятия является следствием стратегии, соответствующей его внешним и внутренним возможностям [4].

Традиционные методы оценки эффективности деятельности в недостаточной мере учитывают фактор эффективности инвестиций. Модель оценки эффективности по экономической добавленной стоимости (EVA) позволяет контролировать это [1, 5].

Анализ деятельности СООО «АлюминТехно» за 2014, 2015 и 2016 гг. по EVA показал значительное снижение эффективности (см. таблицу). Из данных таблицы следует, что принимаемые решения в 2015 г. и

2016 г. принесли убытки компании (–5,30 и –16,10 млн руб. соответственно) [1, 2].

Изменения показателя экономической добавленной стоимости

Показатель	Год			Темп роста, %		Темп прироста, %	
	2014	2015	2016	2015/2014	2016/2015	2015/2014	2016/2015
Использованный капитал (К), млн руб.	29,02	50,93	55,83	176	110	76	10
Рентабельность инвестированного капитала (ROI), %	27,37	10,28	–6,32	38	–61	–62	–161
Средневзвешенная стоимость капитала (WACC), %	23,14	21,60	22,17	93	103	–7	3
Экономическая добавленная стоимость (EVA), млн руб.	0,43	–5,30	–16,10	–1240	304	–1340	204

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

В результате исследования было установлено, что в условиях экономического спада на рынках Беларуси, России, Украины и прибалтийских республик вложения в них оказались малоэффективными.

Проанализировав внешние и внутренние возможности предприятия, можно сделать вывод о целесообразности реализации мультинациональной стратегии [3] — выхода на более стабильные рынки Западной Европы. Продукция СООО «АлюминТехно» по качеству не уступает ведущим европейским производителям. Вместе с тем сравнение СООО «АлюминТехно» с ведущими конкурентами («Шуко», «Рейнарс») выявило и слабые стороны:

- более высокие затраты на сырье и материалы (0,78 руб. на 1 руб. продукции);
- меньшая гибкость (втрое ниже скорость перехода на другой ассортимент);
- низкая скорость выполнения заказа.

В целях повышения конкурентоспособности на основе ликвидации выявленных слабых сторон предложено:

- для снижения затрат на закупаемые компоненты переключиться на поставщиков из Восточной Азии (это позволит снизить затраты на 15 %);
- для повышения гибкости и скорости — расширить «узкое место» в производстве — стеккер/дестеккер слитков, увеличив до трех единиц;
- для сокращения времени обслуживания стабильных клиентов организовать на складе систему личных номерных зон отгрузки.

Реализация предложенных мероприятий позволит предприятию успешно реализовать мультинациональную стратегию на рынках Западной Европы, увеличить объем продаж от 10 до 20 % в течение года и улучшит показатель EVA на 10,2 млн руб.

Литература

1. *Можаровская, И. Н.* EVA для управления стоимостью компании [Электронный ресурс] / И. Н. Можаровская. — Режим доступа: <http://www.management.com.ua/finance/fin253.html>. — Дата доступа: 01.04.2017.
2. Официальный сайт предприятия СООО «АлюминТехно» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.alutech-group.com/about/industrial/belarus/alumintechno/>. — Дата доступа: 03.04.2017.
3. Стратегии вхождения и конкуренция на внешних рынках [Электронный ресурс] // Экономика БГЭУ. Блог. — Режим доступа: <http://www.eco-pomy-web.org/?p=154>. — Дата доступа: 05.04.2017.
4. *Тележников, В. И.* Менеджмент : учебник / В. И. Тележников. — Минск : БГЭУ, 2016. — 509 с.
5. Управление компанией с помощью EVA [Электронный ресурс] // Финансовый директор. — Режим доступа: <https://fd.ru/articles/7315-upravlenie-kompaniey-s-pomoshchyu-eva>. — Дата доступа: 04.04.2017.

Е.А. Волчек

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.А. Гец**

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА

В процессе исследований выявлено, что значение молочного скотоводства определяется не только ценностью произведенного им продукта, но и большим влиянием на экономику сельскохозяйственного предприятия. Расчеты показали, что молочное скотоводство КСУП «Коленское» Житковичского района формирует 63 % выручки животноводства и более 50 % выручки хозяйства, а прибыль отрасли покрывает убытки от реализации других видов продукции и обеспечивает рентабельное функционирование организации в целом. Следует отметить, что КСУП «Коленское» использует привязный способ содержания коров, который обеспечивает благоприятные условия для индивидуального кормления и обслуживания животных в соответствии с их продуктивностью и физиологическими особенностями. В то же время, по мнению ученых, привязное содержание коров имеет ряд недостатков, сдерживая научно-технический прогресс в молочном животноводстве и делая данную отрасль малоперспективной. Мировой опыт подтверждает, что наиболее адаптированным к физиологии животных и эффективным с точки зрения энергоёмкости технологических процессов, качества

молока и сохранности дойного стада является беспривязный способ содержания коров с доением на специальных площадках (см. таблицу).

Сравнительная оценка технологических аспектов производства молока

Показатель	Привязное содержание с доением в молокопровод	Беспривязное содержание с доением в доильном зале с использованием автоматизированной системы управления
Затраты труда на 1 ц молока, чел.-ч	6,8	1,8
Энергозатраты на 1 ц молока, т у.т.	91,3	87,1
Нагрузка на 1 оператора, гол.	50	200

Источник: [1].

Следует отметить, что при привязном способе содержания животных более 60 % затрат труда оператора машинного доения приходится на вспомогательные операции, в то время как при беспривязном — 80 % своего эффективного времени оператор затрачивает на процесс собственно доения, что, несомненно, сказывается на качестве его выполнения [1]. Таким образом, в процессе исследования выявлено, что для повышения эффективности производства молока и укрепления экономики хозяйства в целом в КСУП «Коленское» целесообразно освоить беспривязную технологию содержания коров. Данное решение предусматривает строительство и ввод в эксплуатацию новой молочно-товарной фермы на 600 дойных коров с доильно-молочным блоком «Параллель 2×14». В качестве источника финансирования целесообразно использовать кредит банка в национальной валюте с уплатой процентов за пользование кредитом в размере ставки рефинансирования Национального банка (в соответствии с Государственной программой развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 гг.) [2].

Оценка эффективности инвестиционного проекта показала, что проект пригоден для инвестирования: простой срок окупаемости инвестиций составляет 6 лет; динамический срок окупаемости — 8 лет; внутренняя норма доходности — 6,2 %; индекс рентабельности — 1,07.

Таким образом, реализация инвестиционного проекта и ввод в действие новой молочно-товарной фермы позволят: снизить затраты труда на производство молока; создать более благоприятные условия для работы операторов машинного доения и другого обслуживающего персонала; повысить качество производимого молока; улучшить состояние здоровья животных за счет свободного движения и солнечного излучения.

Литература

1. Анализ технологии производства молока [Электронный ресурс] // *Весті Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Серыя аграрных навук.* — Режим доступа: <http://vesti.belal.by>. — Дата доступа: 27.02.2017.

2. О Государственной программе развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 11 марта 2016 г., № 196 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravoby.info>. — Дата доступа: 27.02.2017.

Д.А. Глушанина, Е.В. Куделко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **О.Г. Довыдова**

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЗАО «КАЛИНКА»

Легкая промышленность в Беларуси занимает около 28–30 % в общем объеме непродовольственных товаров. Крупнейшие предприятия отрасли входят в состав концерна «Беллегпром» и производят около 80 % всего отраслевого объема. Вместе с тем существуют проблемы, препятствующие повышению конкурентоспособности продукции и выходу легкой промышленности Республики Беларусь на более высокий уровень. Наиболее острой из них являются значительные складские запасы готовой продукции отрасли. Продукция белорусских производителей высокого качества, имеется достойная сырьевая база, но товары не пользуются особым спросом. Цены на товары легкой промышленности достаточно высоки, существует проблема дизайна товаров, что влечет за собой низкий спрос на отечественные товары [1].

Для оценки конкурентоспособности ЗАО «Калинка» по выделенным критериям использовался метод субъективных экспертных оценок. Оценка показателей конкуренции проведена по пятибалльной шкале: 5 — очень сильное проявление, 1 — очень слабое проявление фактора (см. таблицу).

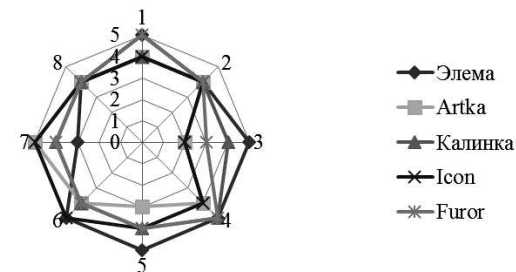
Оценка конкурентоспособности ЗАО «Калинка»

Основные характеристики	Элема (Беларусь)	Artka (Китай)	Калинка (Беларусь)	Icon (Турция)	Furor (Россия)
1	2	3	4	5	6
1. Обслуживание	5	4	4	4	5
2. Маркетинговые исследования	4	4	4	4	4
3. Реклама	5	2	4	2	3

Окончание

	1	2	3	4	5	6
4. Снабжение		5	4	5	4	5
5. Качество продукции		5	3	4	4	4
6. Широта ассортимента		5	4	4	5	4
7. Издержки производства		3	5	4	5	4
8. Экономическая эффективность функционирования		4	4	4	4	4
Итого		36	29	32	32	33

Общая оценка конкурентоспособности: 35–40 баллов — отлично; 29–34 балла — хорошо; 20–28 баллов — удовлетворительно.



Многоугольник конкурентоспособности

Анализ показал, что «Калинка» опережает своих конкурентов по ряду показателей, однако не набирает максимальное количество баллов. В целом предприятия находятся на одном уровне. По результатам оценки необходимо проводить маркетинговые исследования рынка, с целью установления потребностей покупателей, постоянно использовать нововведения, использовать наиболее эффективные рекламные мероприятия, работать над имиджем продукции. Используя эти пути, предприятие сможет как повысить свою конкурентоспособность, так и укрепить свою финансовую устойчивость.

Литература

1. Легкая промышленность [Электронный ресурс] // Беларусь. Факты. — Режим доступа: http://belarusfacts.by/ru/belarus/economy_business/key_economic/light_industry/. — Дата доступа: 17.03.2017.

Н.М. Грузд
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.И. Тележников** — канд. экон. наук

ВЫБОР И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»)

ОАО «Пинский мясокомбинат» — одно из крупнейших предприятий пищевой промышленности Брестской области, которое специализируется на производстве мясных продуктов и продуктов переработки скота [2].

Проведенный анализ позволил выявить, что у ОАО «Пинский мясокомбинат» по вареным колбасам затраты ниже по сравнению с мясокомбинатами Брестской области при одинаковом уровне качества. В то же время производственные мощности колбасного цеха загружены только на 90 %. Это позволяет предложить предприятию реализовать сфокусированную стратегию низких издержек в сочетании с мультинациональной стратегией (выход на товарные рынки других стран) [4, с. 153].

Для реализации бизнес-стратегии необходимо обеспечить реализацию следующих функциональных и операционной стратегий:

- маркетинговая стратегия будет заключаться в увеличении на 30 % количества каналов сбыта и активизации продвижения (рекламы) в ближайших областях Беларуси и Российской Федерации;
- производственная стратегия — в снижении затрат за счет более полного использования производственной мощности по вареным колбасам;
- операционная стратегия — снижение затрат при сохранении уровня качества [3, с. 221].

В таблице представлен анализ роста эффективности деятельности при увеличении объема реализации вареных колбас на 5 % и на 10 %. При увеличении объема реализации вареных колбас на 5 % рентабельность возрастет до 2,09 %, а прибыль на 117 577 руб. При увеличении объема реализации вареных колбас на 10 % рентабельность — до 3,1 %, а прибыль — на 240 352 руб.

Калькуляция себестоимости вареных колбас при реализации сфокусированной мультинациональной стратегии

Показатель	Показатели 2016 г.	Затраты на 1 т в 2016 г.	При увеличении объема производства на 5 %	При увеличении объема производства на 10 %
1	2	3	4	5
Готовая продукция, т	2559		2687	2815
Основное сырье, руб.	6 331 161	2474,1	6 647 843	6 964 277

Окончание

1	2	3	4	5
Вспомогательное сырье, руб.	867 537	339,0	910 931	954 291
Топливо, руб.	75 497	29,5	79 273	83 047
Заработная плата, руб.	306 647	119,8	321 985	337 312
Социальное страхование, руб.	104 260	40,7	109 475	114 686
Итого переменные затраты, руб.	7 685 102	3003,2	8 069 507	8 453 612
Расходы на содержание холодильника, руб.	960 429	375,3	960 429	960 429
Общепроизводственные расходы, руб.	740 087	289,2	740 087	740 087
Общехозяйственные расходы, руб.	452 056	176,7	452 056	452 056
Коммерческие расходы, руб.	195 805	76,5	195 805	195 805
Итого постоянные затраты, руб.	2 348 377	917,7	2 348 377	2 348 377
Полная себестоимость, руб.	10 033 479		10 417 884	10 801 989
Выручка без НДС, руб.	10 138 538		10 640 520	11 147 400
Цена за 1 кг, руб.	3,96		3,96	3,96
Прибыль, руб.	105 059		222 636	345 411
Рентабельность реализованной продукции, %	1,04		2,09	3,10

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Реализация Пинским мясокомбинатом сфокусированной стратегии низких издержек в сочетании с мультинациональной стратегией позволит предприятию усилить свое конкурентное преимущество (низкие издержки), выйти на новые рынки сбыта, проводить гибкую ценовую политику, увеличить доходы, прибыль и рентабельность [1, с. 167; 5, с. 158].

Гибкая ценовая политика, соответствующая запросам рынка, система скидок и поощрений позволят предприятию укрепить позиции на традиционном рынке и внедриться в новые регионы.

Литература

1. *Басовский, Л. Е.* Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — М. : ИНФРА-М, 2005.
2. Официальный сайт ОАО «Пинский мясокомбинат» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.pikant.by/>. — Дата доступа: 14.03.2017.
3. *Операционный менеджмент* : учеб. пособие / В. И. Тележников [и др.] ; под ред. В. И. Тележникова. — Минск : Мисанта : Амалфея, 2016.
4. *Томпсон-мл, А.* Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон-мл, А. Стрикленд III. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2012.
5. *Хартанович, Е. А.* Конкурентные преимущества / Е. А. Хартанович, А. А. Денисов // *Инновации в науке*. — Новосибирск : Сибак, 2016. — С. 155–160.

А.А. Детликович, А.С. Загорская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.М. Бадьина** — канд. с.-х. наук

ИННОВАЦИОННЫЕ УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Упаковочный рынок достаточно динамичен — новые материалы и технологии разрабатываются постоянно. Для того чтобы обеспечить комплекс полезных свойств упаковки для продуктов питания, необходимы переоценка и трансформация уже существующих упаковочных решений.

С популяризацией здорового образа жизни и заботы о будущем нашей планеты люди все чаще отказываются от пластика и полиэтилена в пользу крафтовой бумаги и гофрокартона. Для их изготовления подходит как сырье из натуральной древесины, так и макулатура, что при вторичном использовании помогает производителям существенно экономить собственные средства. Главным конкурентом гофрокартона и крафта в последнее время становится упаковка из биоразлагаемых полимеров. Их основой является натуральное сырье, к примеру картофель, свекла или бобовые.

Ученые разработали «умный» штрих-код, который реагирует на свежесть продукта. «Умный» штрих-код для пищевой упаковки сообщает покупателям и продавцам о свежести замороженных продуктов. Этикетка содержит штрих-код, в структуре которого содержатся элементы, напечатанные невидимыми чернилами. В случае если продукт портится, чернила проявляются красным цветом и не допускают сканирование продукта на кассовом аппарате.

Для защиты пищевой продукции от неблагоприятного воздействия патогенной микрофлоры и токсичных продуктов ее жизнедеятельности в последние годы применяют бактерицидные упаковочные материалы.

Весьма перспективным является также использование таких «активных» оболочек, как съедобные покрытия. Пленкообразующей основой в этом случае являются природные полимеры — полисахариды. Наибольшее распространение получили здесь производные крахмала и целлюлозы.

Несмотря на то что индустрия упаковки стремится максимально использовать последние технические достижения, сделать предстоит гораздо больше уже сделанного. Пищевой промышленности предоставляется огромный выбор упаковки.

Литература

1. На рынке появляются все новые инновационные решения, дающие преимущества тем, кто умело их использует [Электронный ресурс] // *Пищевая упаковка и тара в России*. — Режим доступа: <http://packboard.ru/blog/na-rinke-royavlyayutsya-vse-novie-innovatsionnie-24>. — Дата доступа: 23.03.2017.
2. *Иванова, Т.* Активная упаковка: реальность и перспектива 21 века / Т. Иванова, Э. Розанцев // *Пакет*. — № 1. — 2014.
3. *Любешкина, Е.* Упаковка с дополнительными функциями / Е. Любешкина // *Пакет*. — № 54. — 2016.

В.В. Довнар, Е.В. Довнар
БГТУ (Минск)

Научный руководитель **С.В. Шишло** — канд. экон. наук

АНАЛИЗ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГП «АКВА-МИНСК»

Как известно, закупочная деятельность любого предприятия неразрывно связана с затратами, которые несет компания в процессе ее функционирования.

Так, затраты на строительство гостиницы «Аква-Минск» могли быть снижены за счет оптимального выбора поставщика для осуществления общестроительных работ.

Учредителем предприятия ГП «Аква-Минск» является управление спорта и туризма Мингорисполкома, поэтому предприятие в своей закупочной деятельности должно руководствоваться утвержденным Положением. В соответствии с ним при проведении открытых конкурсов на выполнение строительных работ организация должна использовать метод балльной оценки с применением строго определенных критериев и начислением баллов по установленному механизму.

Конкурсной комиссией для строительства гостиницы рассматривались предложения следующих участников: ОАО «Стройтрест № 4», ООО «Нивелирстрой», а также ОАО «Стройтрест № 35». Комиссия признала победителем торгов ОАО «Стройтрест № 4» с договорной ценой, равной 4 990 108 BYN.

При выборе поставщика не учитывался опыт работы по отремонтированным и введенным в эксплуатацию объектам капитального ремонта. Вместе с тем основные виды деятельности в области строительства и капитального ремонта являются аналогичными. В результате строительные организации ООО «Нивелирстрой» и ОАО «Стройтрест № 35», которые выполняли работы по капитальному ремонту, не получили дополнительные баллы.

Таким образом, по вновь проведенному анализу победителем торгов было бы признано не ОАО «Стройтрест № 4» с договорной ценой 4 990 108 BYN, а ООО «Нивелирстрой» с договорной ценой, равной 4 771 921 BYN. Следовательно, именно отсутствие баллов по критериям «опыт работы» и «деловая репутация» не позволили ООО «Нивелирстрой» стать победителем.

Предусмотренные планом материальные затраты ГП «Аква-Минск» на строительство гостиницы составляли 5 110 000 BYN. Разница между стартовой ценой и предложением ООО «Нивелирстрой» составила бы 338 079 BYN, а не 119 892 BYN. Таким образом, предприятие понесло упущенную выгоду в размере 218 187 BYN.

И.С. Донских

ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

Научный руководитель В.В. Рабцевич — д-р ист. наук

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРОЕКТА

В данной работе на примере ГОУПП «Гродненская типография» проанализированы основные типы рисков белорусских предприятий, которые используют методологию проектного менеджмента, а также проведена классификация факторов риска предприятия, осуществляющего проектную деятельность.

Анализ рисков был проведен на примере конкретного проекта ГОУПП «Гродненская типография» — «Создание производства многокрасочной печатной продукции».

Принятие управленческих решений, связанных с инновационным проектом, чаще всего происходит при недостатке информации об условиях его реализации, т.е. в условиях неопределенности. Это требует оценки проектного риска [2, с. 132]. Чтобы провести корректное обоснование эффективности проекта нужно построить перечень возможных рисков при реализации проекта и занести их в табл. 1.

Реестр рисков по проекту

Тип риска	Название	Вероятность	Ущерб	Описание
Финансовый риск	Изменение валютного курса	Высокая	Значительный	Переоценка задолженности по валютному кредиту
Коммерческий риск	Отказ партнеров от дальнейшего сотрудничества	Низкая	Значительный	Снижение спроса на продукцию
	Нарушение договорных обязательств	Низкая	Умеренный	Задержки по срокам проекта из-за нарушения условий поставки оборудования
Технический риск	Некомпетентность рабочих	Высокая	Умеренный	Перебои в работе линии
Экономический риск	Нестабильность экономической ситуации / инфляция	Высокая	Значительный	Снижение доходности проекта

Источник: собственная разработка на основе [1].

Вероятность рисков невыполнения обязательств оценена как минимальная, так как предполагается сотрудничество с надежными поставщиками. Организация дополнительного обучения рабочих решает проблему возможного отсутствия компетенции у персонала.

Мероприятия по снижению либо предотвращению ущерба от рисков событий представлены в плане управления рисками (табл. 2).

Таблица 2

План управления рисками

Риск	Триггер	Мероприятия по недопущению / минимизации последствий
1	2	3
Изменение валютного курса	Рост курсов валют	Отказаться от валютного кредита в пользу кредита в белорусских рублях
Отказ партнеров от дальнейшего сотрудничества	Снижение спроса со стороны постоянных потребителей	Предоставить привлекательные условия сотрудничества

Окончание табл. 2

1	2	3
Нарушение договорных обязательств	Нарушение сроков поставки, невыполнение требований к качеству	Оговорить в договоре поставки обязательность возмещения убытков (выплат штрафов и неустоек за нарушение договорных обязательств)
Некомпетентность рабочих	Простои и поломки оборудования	Предусмотреть дополнительное обучение со стороны поставщика оборудования
Нестабильность экономической ситуации и инфляция	Рост цен на ресурсы	Предусмотреть резервы затрат, а также премию за риск при определении критериев эффективности проекта

Источник: собственная разработка на основе [1].

Анализируя данные таблицы, видим, что в особой зоне находятся риски изменения валютного курса и роста инфляции. Минимизировать их возможно, если применить стратегию уклонения: предприятию следует отказаться от кредита в иностранной валюте. Также целесообразно запланировать мероприятия по повышению квалификации рабочих.

Использование методов управления рисками может помочь отказаться от вложения средств в объекты сомнительной доходности.

Литература

1. Донских, И. С. Управление проектными рисками на предприятии полиграфической промышленности / И. С. Донских // Экономика и управление XXI века : сб. науч. ст. : в 2 ч. — Гродно : ГрГУ, 2016 — Ч. 1. — С. 96-101.

2. Титович, А. А. Менеджмент риска и страхования: учеб. пособие / А. А. Титович. — 2-е изд., испр. — Минск : Вышэйш. шк., 2011. — 287 с.

М.А. Ефимович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **О.Г. Довыдова**

НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ

Управление персоналом как наука взяло на вооружение достижения из таких областей знаний, как развитие трудовых ресурсов, конфликтология, лидерство, психология личности, организация труда (прежде всего, труда руководителей) [1].

Существует материальное и нематериальное стимулирование персонала. Обобщение опыта практической деятельности отечественных предприятий и зарубежных организаций показало значимость нематериальных инструментов стимулирования для сотрудников компаний и подтвердило ошибочность мнений об абсолютном значении материальных факторов в формировании лояльности персонала.

Автором было проведено исследование в форме анкетирования сотрудников организации Институт «Белжелдорпроект». Цель исследования — определить степень воздействия нематериальных методов стимулирования по мнению самих работников. Работникам предлагалось определить каждый метод в одну из групп: действует незначительно, действует существенно, действует очень существенно. Результаты исследования следующие:

- 42 % опрошенных считают, что моральное стимулирование (похвала, отзывы) действует очень существенно, еще 42 % — существенно, только на 16 % моральный фактор действует незначительно;
- участие сотрудников в принятии важных для компании решения является очень существенным методом стимулирования только для 17 % респондентов, для 42 % является существенным, а для остальных 41 % — незначительным;
- отношения в коллективе для 42 % являются очень существенным фактором, а для остальных 58 % — существенным;
- лишь 8 % опрошенных считают, что конкурсы и соревнования внутри компании очень существенно влияют на трудовую активность, 17 % считают, что существенно, а большинство сотрудников (75 %) считают метод незначительным.

На примере Российской Федерации можно рассмотреть программу мотивации сотрудников в ПАО «Промсвязьбанк». Руководство финансового учреждения разработало четкую, прозрачную систему стимулов для персонала, включающую также и нематериальные факторы:

- корпоративный спорт;
- корпоративные праздники;
- корпоративный портал и внутреннюю социальную сеть.

В результате внедрения системы была решена задача снижения текучести кадров (уменьшилась на 30 %) и повышения лояльности работников [2].

Среди белорусских компаний также существуют примеры применения такого нематериального стимулирования, как «вознаграждения-признательности». Так, холдинг «Алютех» ежегодно проводит среди своих специалистов профессиональный конкурс «Звезды Алютех», который является признанием заслуг и профессионализма работника. Результаты объявляются в канун Нового года.

Таким образом, моральное стимулирование и отношения в коллективе воздействуют на трудовую активность сотрудников в наибольшей степени, а участие сотрудников в принятии важных для компании решения и конкурсы внутри компании — в наименьшей.

Литература

1. *Беляцкий, Н. П.* Управление человеческими ресурсами : учеб. пособие для слушателей МВА / Н. П. Беляцкий, П. Ройш. — М. : Изд. центр БГУ, 2007. — 280 с.
2. Мотивация сотрудников [Электронный ресурс] // Сайт о кадрах и мотивации. — Режим доступа: <http://www.z-motiv.ru>. — Дата доступа: 17.03.2017.

А.А. Карабань
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.А. Гец**

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ БЕЛАРУСИ

В ходе выполненных исследований установлено, что рост производственного потенциала аграрной отрасли и укрепление продовольственной безопасности страны в результате реализации мероприятий Государственной программы возрождения и развития села на 2005–2010 годы и Государственной программы устойчивого развития села на 2011–2015 годы активизировали торговлю продовольственными товарами Республики Беларусь на зарубежных рынках. Так, за 2005–2015 гг. внешнеторговый оборот продовольственными товарами увеличился в 2,8 раза и в 2015 г. составил 7049,8 млн долл. США, в том числе экспорт — 3596,3 млн долл. США, импорт — 3453,5 млн долл. США. Положительное сальдо внешней торговли продовольствием составило 142,8 млн долл. США и выросло в сравнении с 2005 г. более чем в 2 раза. Следует отметить, что в отчетном периоде доля продовольственных товаров в товарной структуре экспорта Республики Беларусь достигла 13,4 % против 8 % в 2005 г. В первую очередь это связано с интенсивным освоением предприятиями внешних продовольственных рынков и с проведением взвешенной политики импортозамещения [1].

Проведенные расчеты позволили установить, что Беларусь наряду с Новой Зеландией, США, Австралией и Аргентиной является крупнейшим экспортером молочной продукции на мировой рынок. По итогам 2015 г. Республика Беларусь вошла в десятку ведущих мировых экспортеров сливочного масла (4,09 % мирового экспорта), молока (2,76 % мирового экспорта), сыра и творога (2,38 % мирового экспорта) [1].

В процессе исследований выявлено, что география внешней торговли продовольственными товарами постепенно расширяется. В 2015 г. Беларусь поставляла продовольствие более чем в 80 стран мира, в том числе во все страны СНГ, Германию, Венесуэлу, Францию, Грузию, США, Китай, Вьетнам, Нидерланды, Сербию. В то же время более 90 % экспортных поставок продовольствия осуществлялось в страны СНГ,

основная доля которых приходится на страны Евразийского экономического пространства, преимущественно на Российскую Федерацию. Этому в значительной степени способствовали снятие таможенных барьеров, беспошлинная торговля и упрощение процедур перемещения товаров через границу [2, с. 103].

Анализ поставок белорусского продовольствия в страны ЕС показывает, что стоимость экспорта в последние годы также имеет тенденцию роста, однако его удельный вес в общем объеме поставок продовольствия не превышает 5 % и ежегодно сокращается.

При этом следует отметить, что продовольственный рынок России, стран СНГ не является наиболее выгодным для Беларуси по сравнению с потенциальными рынками продовольственных товаров других более развитых стран. Так, региональный срез соотношения средних экспортных цен на белорусские молочные продукты показал, что экспортная цена в 2015 г. на сыры и творог, пахту, йогурт, кефир, вывозимые в страны вне СНГ, превышала цену экспорта в страны СНГ.

В целях эффективной страновой диверсификации экспорта продовольственных товаров Беларуси наиболее значимыми мерами являются: повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и продовольствия национальных отраслей; совершенствование национальных и межгосударственных норм и правил регулирования внешней торговли; обеспечение соответствия качества продукции мировым стандартам; создание целостной системы продвижения продукции на внешние рынки.

Литература

1. United Nations Commodity Trade Statistics Database [Electronic resource]. — Mode of access: <http://trademap.org>. — Date of access: 27.02.2017.
2. *Гец, А. А.* Геоэкономическая оценка белорусского экспорта продовольственных товаров / А. А. Гец // Гуманит.-экон. вестн. — 2015. — № 2. — С. 102–110.

Е.Н. Курдун, Е.М. Худина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Ю.М. Зенович** — канд. экон. наук

КОГДА НЕОБХОДИМО ПРОВОДИТЬ КАДРОВУЮ ДИАГНОСТИКУ (НА ПРИМЕРЕ СЗАО «ОТИКО»)

Кадровая диагностика — это услуга для организаций с целью выявления проблемных зон в области кадровой политики компании. Целью кадровой диагностики является оценка соответствия численности работников организации ее экономическим целям и перспективам инновационного развития.

Кадровую диагностику рекомендуется проводить:

- при диспропорции между значениями показателей объема производства и реализации продукции, товаров (работ, услуг);
- росте запасов готовой продукции и уровня дебиторской задолженности;
- увеличении затрат на производство продукции, в том числе затрат труда;
- снижении производительности труда;
- росте потерь рабочего времени, наличии отпусков по инициативе нанимателя;
- наличии задолженности по заработной плате.

Наниматель сам определяет необходимость проведения кадровой диагностики.

Методические рекомендации предлагают два метода расчета потенциально избыточной (недостаточной) численности работников:

- 1-й метод основан на данных о трудоемкости выполняемых работ в условиях нормирования труда работников;
- 2-й метод — на данных об использовании рабочего времени в условиях отсутствия нормирования труда работников.

Данный метод используется, если в организации выполняются следующие условия:

- 1) труд рассчитываемых работников полностью нормируется (по нормам времени, нормам выработки);
- 2) действующие нормы труда являются напряженными и технически обоснованными (средний уровень выполнения норм не выше 130 % и не ниже 100 %).

Расчет потенциально избыточной численности работников по трудоемкости выполняемых работ. В организации действует пятидневный режим работы с выходными днями в субботу и воскресенье.

Показатели для расчета избыточной недостаточной численности работников: $Ч_{сп.и} = 22$ чел., $УВН_{ф} = 118$ %, $УВН_{пл} = 120$ %, $НТ_{пл} = 37\ 850$ чел.-ч, $РН_{пл} = 2019$ ч, $ПП_{пл} = 15$ %.

Расчетная норма рабочего времени одного работника, скорректированная на процент плановых целодневных потерь рабочего времени, равна

$$РН_{пл.кор} = 2019 \cdot ((100 - 15) / 100) = 1716,15 \text{ ч.}$$

Тогда избыточная (недостаточная) численность работников подразделения составит

$$Ч_{изб.и} = 22 - (37\ 850 / (1716,15 \cdot 1,2)) = 3,62 \text{ чел.}$$

Таким образом, потенциально избыточная численность подразделения составит 3,5 чел.

Расчет численности работников на основе данных об использовании рабочего времени. Среднесписочная численность производственно-диспетчерского бюро — 7 чел. Продолжительность рабочей смены

(ПРС) без учета обеда — 480 мин. Исследования проведены методом моментных наблюдений. По результатам составлена сводная структура затрат рабочего времени, представленная в таблице.

Сводная структура затрат рабочего времени

Должность	Наименование затрат рабочего времени						Всего моментов, мин
	ПЗ	ОП		ОБ	ОТЛ	ПНД	
		Свой-ственные работы	Несвой-ственные работы				
Начальни бюро	21	320	32	14	33	12	432
Ведущий инженер	25	296	25	5	43	38	432
Инженер 1-й категории	36	296	0	6	40	54	432
Инженер 2-й категории	17	262	0	16	55	82	432
ИТОГО	59	1174	57	41	171	188	1728

На основе представленной сводной структуры затрат рабочего времени рассчитываем удельный вес потерь рабочего времени ($У_{п.р.в}$) в общем количестве зафиксированных моментов:

$$У_{п.р.в} = (350 / 3024) \cdot 100 = 11,57 \text{ \%}.$$

Используя формулу, рассчитываем потенциально избыточную численность работников:

$$У_{изб.и} = 7 \cdot (11,57 / 100) = 0,81 \text{ чел.}$$

Таким образом, с учетом округления потенциально избыточная численность составит 0,75 чел.

При выявлении *потенциально избыточной численности* работников необходимо рассмотреть все возможности для повышения эффективности использования труда имеющихся работников:

- 1) перевод отдельных работников на гибкие формы занятости;
- 2) сокращение продолжительности рабочего времени некоторых категорий работников (подразделений);
- 3) перераспределение работников внутри организации (между подразделениями).

При выявлении в подразделении *потенциально недостаточной численности работников* следует рассмотреть возможность укрепления кадрового потенциала за счет подразделений, из которых планируется высвободить потенциально избыточную численность работников. Если такой возможности нет, принимается решение о необходимости найма дополнительных работников.

Литература

1. Шевченко, А. С. Методы управления персоналом / А. С. Шевченко // Мотивация и оплата труда. — 2014. — № 2. — С. 140.
2. Баркасов, А. М. Кадровый менеджмент : учебник для вузов / А. М. Баркасов, Л. Н. Михаленко. — М. : М-Пресс, 2013. — С. 168.
3. Arnold, J. M. Personnel motivation in world practice / J. M. Arnold [et al.] // Harvard Business Review, US Economic Society. — Harvard etc., 2014. — Vol. 121, № 550. — P. 59–80.

В.В. Круковская
БГУ (Минск)

Научный руководитель **Ю.Ю. Королев** — канд. экон. наук

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ В ТОРГОВЛЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ

В торговле моделирование связано с поиском наиболее выгодного варианта распределения различных ресурсов: финансовых, трудовых, товарных, материальных и др.

При постановке экономико-математической задачи необходимо учесть ряд взаимосвязанных экономических показателей: товарооборот, рентабельность, издержки обращения, ассортимент товаров, площадь торговых залов, количество работников, товарные запасы и др.

Важно подчеркнуть, что управление товарными запасами в торговле сводится к определению экономически обоснованной нормативной их величины. Нормативы чаще всего устанавливаются исходя из фактически сложившихся условий товароснабжения, и целью их установления является устранение перебоев в реализации одних товаров или же ликвидации сверхнормативных запасов других. Это позволяет торговым предприятиям избежать значительных потерь, сказывающихся на результатах финансово-хозяйственной деятельности [1, с. 159–160].

Применение ЭММ предполагает разработку многих плановых показателей и выбор из них оптимального, обеспечивающего решение плановой задачи и достижение поставленных целей. Такой подход на уровне предприятия углубляет процесс планирования и повышает его научный уровень [2, с. 756].

Таким образом, по-прежнему остро стоит задача организации научного управления товарными запасами с использованием математических моделей и определения такой организации поставок, при которой суммарные затраты на доставку, хранение, а также потери, обусловленные дефицитом товаров, были бы минимальные.

Полагаем, что поиск оптимального решения можно свести к двум основным видам задач:

- 1) получение запланированного эффекта при минимуме затрат;
- 2) получение максимального эффекта.

Целевой функцией задачи могут быть максимизация прибыли, валового дохода, объема товарооборота или же минимизация издержек обращения [3, с. 117].

В научной работе был применен второй подход при поиске оптимального решения. На фактическом материале ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» был определен путь максимизации прибыли фирменного магазина № 5 г. Орши. Применение ЭММ позволило определить, что оптимизация товарных запасов и структуры товарооборота позволит дополнительно получить 15,7 млн руб. прибыли, сократить на 17,8 % издержки обращения и повысить уровень рентабельности на 0,05 %.

Анализ экономических процессов последних десятилетий убедительно демонстрирует, что технический прогресс, инновации и технические изменения выступают главной причиной развития многих отраслей, роста производительности труда, повышения конкурентоспособности фирм, роста валового национального продукта развитых стран.

Литература

1. Соломатин, А. Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли : учебник для вузов / А. Н. Соломатин. — СПб. : Питер, 2011. — 560 с.
2. Захарова, А. П. Экономико-математические методы и модели в коммерческой деятельности предприятия: прикладное значение / А. П. Захарова, О. Ю. Виничук // Экономика и предпринимательство. — 2014. — С. 755–759.
3. Гвоздева, В. А. Основы построения автоматизированных информационных систем : учебник / В. А. Гвоздева, И. Ю. Лаврентьева. — М. : ИД ФОРУМ : НИЦ Инфра-М, 2013. — 320 с.

А.В. Либерт, А.С. Козлов
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.В. Мороз**

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ ПЕРСОНАЛА

В жизни мы постоянно сталкиваемся со стрессовыми для нас ситуациями, и зачастую они возникают независимо от того, хотим мы этого или нет. В современных условиях стресс обычно рассматривают как ситуацию, при которой внешнее давление или стрессогенные факторы нарушают нашу способность справиться с трудностями и на работе, и в повседневной жизни.

В последнее время все больше внимания уделяют профессиональным стрессам, и это не случайно, так как негативные последствия влияют не только на психическое и физическое здоровье отдельного работника, но и на организационную среду и эффективность организации в целом.

Синдром выгорания рассматривается как ответная реакция на длительные профессиональные стрессы, возникающие в процессе межличностных коммуникаций, и ярче всего данный синдром проявляется у представителей профессий, относящихся к системе «человек—человек». Как и любую болезнь, выгорание легче предупредить, чем лечить, поэтому важно обращать внимание на определение факторов, способствующих развитию этого явления [2].

Навыки управления стрессом являются одними из ключевых в работе менеджера — человека, который руководит другими и оказывает непосредственное влияние на профессиональную эффективность своих сотрудников.

В современных условиях возрастает потребность в изучении психологической устойчивости профессионала как его способности управлять своим эмоциональным состоянием, избирательно относиться к внешним влияниям, сопоставлять мнение и поступки других людей, свои поступки с устоявшимися нормами, оптимально организовывать свое поведение в трудных ситуациях профессионального взаимодействия. Определив вид стрессоустойчивости, можно подобрать способ преодоления неблагоприятных ситуаций применительно к конкретному человеку [1].

На основе Методики определения стрессоустойчивости и социальной адаптации Холмса и Раге и Бостонского теста на стрессоустойчивость среди опрошенных 78 студентов Белорусского государственного экономического университета 1-, 2-, 3- и 4-го курсов было выяснено, что высоким уровнем стрессоустойчивости обладают лишь 28 % респондентов. Это свидетельствует о необходимости проведения различных мероприятий по повышению уровня стрессоустойчивости.

По статистике, в США 90 % населения постоянно находится в состоянии сильного стресса. В итоге экономические потери от стресса в США превышают 300 млрд долл. ежегодно. Поскольку на карту поставлены большие деньги, американские, западноевропейские и японские компании принимают активные меры. В свой бюджет они специально включают расходы на управление профессиональным стрессом. Десятки из них уже давно открыли для своих сотрудников курсы по борьбе со стрессом, где желающим предлагается разнообразная помощь — от групповых консультаций до гипноза, медитации, самовнушения и восточных курсов самообороны. Другие компании вовлекают своих сотрудников в занятия спортом, йогой, танцами.

В Швеции Закон от 1991 г. «О производственной среде» поощряет трудящихся менять свою рабочую обстановку и приспособлять ее под себя.

В Японии популярны блокноты для снятия стресса; сосуды со звуконепроницаемыми стенками, в которые можно кричать, но никто тебя не услышит; комнаты психологической разгрузки, где можно, например, в обеденный перерыв немного расслабиться.

Литература

1. Дафт, Р. Менеджмент : пер. с англ. / Р. Дафт. — 6-е изд. — СПб. : Питер, 2007. — 864 с.
2. Зельдович, В. З. Менеджмент : учебник / В. З. Зельдович. — М. : Издательство «Экзамен», 2007. — 591.

Т.В. Мартос
БГЭУ(Минск)

Научный руководитель **В.В. Мороз** — магистр экон. наук

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТА

Всем нам знакома проблема острой нехватки времени. Это связано в первую очередь с его неэффективным использованием. Управленческая практика подтверждает, что десятиминутная подготовка рабочего дня позволяет экономить до двух часов рабочего времени, поэтому принципиально важно ежедневно письменно планировать рабочий день. Сделать это максимально эффективно вам помогут определенные правила и законы:

- правило 60 на 40: планом должно быть охвачено не более 60 % вашего времени. Около 40 % нужно оставить в качестве резервного для неожиданных дел [2];
- метод Эйзенхауэра — позволяет выделить важные и существенные дела на основании 4 категорий дел по важности и срочности;
- закон Паркинсона — объем работы возрастает в той мере, в которой это необходимо, чтобы занять время, выделенное на ее выполнение;
- принцип Парето — 20 % обстоятельств (причин) генерируют 80 % последствий, и наоборот [1, с. 138].

Существуют и другие простые и оригинальные методы управления временем. К ним относятся: «Помидорный» метод (состоит из 25 мин интенсивной работы и 5 мин отдыха), метод лягушки («лягушками» называются неприятные дела, которые нужно решить в первую очередь), метод слона (большие задачи и объемы работ, которые рекомендуется делить на фрагменты) и метод швейцарского сыра (заключается в выполнении работы по частям).

Мы провели анализ рабочего времени управленческого персонала на ОАО «Городейский сахарный комбинат» с восьмичасовым рабочим днем.

Общая оценка использования рабочего времени включает в себя оценку распределения рабочего времени с точки зрения эффективности его использования. Для этого определим коэффициент экстенсивности $K_э$, рассчитываемого по следующей формуле:

$$K_э = (\Phi - \Pi) / \Phi = 1 - \Pi / \Phi, \quad (1)$$

где Φ — фонд рабочего времени с учетом обеденного перерыва; Π — регламентированные и нерегламентированные перерывы.

Подставив данные предприятия получим

$$K_3 = 1 - (35 + 60) / 540 = 0,83.$$

Далее найдем показатель, характеризующий величину затрат времени на регламентированные перерывы ($K_{отл}$)

$$K_{отл} = ОТЛ / \Phi, \quad (2)$$

где ОТЛ — времена отдыха и личные надобности.

Подставив данные, получим

$$K_{отл} = (5 + 5 + 10 + 60) / 540 = 0,15.$$

Рассчитаем коэффициент потерь рабочего времени по вине руководителя, используя формулу

$$K_{п.р.в} = ПР / \Phi, \quad (3)$$

где ПР — перерывы, зависящие от работника; Φ — фонд рабочего времени без учета обеденного перерыва.

Подставив данные, получим

$$K_{п.р.в} = 10 / 480 = 0,02.$$

На основании проделанных расчетов можно сделать вывод, что загруженность рабочего дня у директора ОАО «Городейский сахарный комбинат» находится в нормальных пределах — 83 %. Показатель, характеризующий величину затрат времени на регламентированные перерывы, составил 15 %. Потери рабочего времени по собственной вине — 2 %.

Литература

1. Тележников, В. И. Менеджмент : учеб. пособие / В. И. Тележников ; под ред. Н. П. Беляцкого. — Минск : БГЭУ, 2016. — 508 с.
2. Mental Skills [Электронный ресурс] // Управлением временем. — Режим доступа: <http://www.mental-skills.ru/dict/upravlenie-vremenem-...> — Дата доступа: 20.03.2017.

Д.Н. Матвейчук, Н.Ю. Михно
БНТУ (Минск)

Научный руководитель **Т.Ф. Манцера** — канд. экон. наук

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭНЕРГЕТИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Энергетика является базовой отраслью промышленности Республики Беларусь, поэтому от ее развития, оснащенности современным высоко-

технологичным оборудованием, стабильности показателей тепловой и электрической энергии зависит функционирование всего реального сектора национальной экономики и объектов социальной инфраструктуры.

Преобладание в основном монопольных форм предпринимательства на энергетическом рынке Республики Беларусь приводит к снижению эффективности использования оборудования, концептуальных схем, видов топлива, и, в конечном счете, эффективности производства энергии для нужд потребителей.

Повышение эффективности работы энергосистемы Республики Беларусь может быть достигнуто за счет развития малой энергетики, то есть развития малых форм предпринимательства на белорусском энергетическом рынке.

Внимание к объектам малой энергетики возникло сравнительно недавно. Сегодня источники малой энергетики востребованы в основном на территориях, которые не охвачены сетями единой энергетической системы. Без локальных источников энергии не обойтись при строительстве удаленных от основных сетей промышленных предприятий, а также элитных домов и микрорайонов, которым принципиально не зависеть от централизованных отключений тепла и энергии и получать данные услуги на качественном уровне.

В Республике Беларусь остро стоит вопрос о собственных топливных ресурсах. Лишь 15 % собственных ТЭР покрывают потребности страны, остальные 85 % импортируются — в основном из России. Одним из решений данной проблемы может стать возведение объектов малой энергетики, использующих альтернативные или возобновляемые источники энергии. К ним относят малую гидро-, солнечную, ветряную энергетику, а также использование биогаза ввиду развитого сельского хозяйства и лесной промышленности.

Стоит отметить, что в настоящее время доля малых энергетических предприятий на белорусском рынке, по разным оценкам, не превышает 0,1 % числа организаций малого предпринимательства, тогда как в западных странах она составляет до 30 %.

Основными проблемами развития малого бизнеса на отечественном энергетическом рынке являются трудности в получении разрешения на строительство энергетических объектов, а также достаточно длительный срок окупаемости (около 10 лет), что устраивает далеко не всех инвесторов. Поэтому пока инвесторы настороженно относятся к вложению средств в развитие малых предприятий на белорусском энергетическом рынке.

Взаимодействие крупных государственных предприятий с предприятиями малого и среднего энергетического бизнеса может привести к повышению эффективности генерации и реализации энергии, координации совместных усилий в выработке единой стратегии на отечественном энергетическом рынке, что дает возможность решить один из самых сложных вопросов для малого предпринимательства на энергети-

ческом рынке, который заключается в получении необходимых условий реализации излишков энергии в единую энергетическую систему.

Литература

1. Углубленный обзор политики и программ в сфере энергоэффективности: Республика Беларусь [Электронный ресурс] // Секретариат энергетической хартии 2013 г. — Режим доступа: www.encharter.org. — Дата доступа: 10.03.2017.

А.С. Мищенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Ю.М. Зенович** — канд. экон. наук

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА (НА ПРИМЕРЕ ООО «АФАРБАВАНА»)

Производительность труда является одной из важнейших экономических категорий, в которой наиболее полно отображается эффективность общественного производства. Здесь аккумулируется в тесном сочетании эффективность использования рабочей силы, земельных, материально-технических и финансовых ресурсов.

Цель работы — выявить резервы роста производительности труда ООО «Афарбавана», а также разработать рекомендации по повышению данного показателя.

Актуальность темы заключается в том, что показатель производительности труда является основным показателем эффективности производства. Анализ производительности труда позволяет определить эффективность использования предприятием трудовых ресурсов и рабочего времени и выявить резервы повышения производительности.

Деятельность ООО «Афарбавана» можно охарактеризовать как динамично развивающуюся, однако имеющую ряд недостатков: низкий процент рентабельности производства, большая доля заемных средств в структуре активов предприятия.

Основные выводы анализа производительности труда:

- целесообразно рассчитывать производительность труда методом по добавленной стоимости, а не по выручке от реализации товаров, работ, услуг;
- в среднем темп роста производительности труда за анализируемый период составил 112 %;
- динамика темпа роста производительности труда по выручке над темпами роста заработной платы в 2016 г. составила 1,06;
- трудоемкость продукции в 2016 г. снизилась в среднем на 32 %;
- анализ фонда рабочего времени показал возможность сокращения потерь рабочего времени за счет сокращения внутрисменных простоев;

- факторный анализ производительности труда показал увеличение производительности труда на 14,8 млн руб. за счет сокращения количества отработанных дней одним рабочим на -0,07 млн руб., за счет увеличения среднечасовой выработки на +14,8 млн руб.;

- корреляционно-регрессионный анализ производительности труда показал зависимость производительности труда от доли рабочих в общей численности персонала, коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами и долей затрат на труд в себестоимости.

В качестве мероприятий по повышению производительности труда было предложено расширение действующего производства панели акустической, что повысит производительность труда в 2017 г. на 21 %, а в 2018 г. — на 13 %.

Литература

1. *Фолежинский, А. Г.* Производительность труда в организации: расчет и оценка факторов / А. Г. Фолежинский, Н. В. Свирид // Планово-экономический отдел. — 2015. — № 5 (143). — С. 19–31.

2. Об утверждении Методических рекомендаций по расчету добавленной стоимости и добавленной стоимости на одного среднесписочного работника (производительности труда по добавленной стоимости) на уровне организации [Электронный ресурс] : постановление М-ва экономики Респ. Беларусь, М-ва труда и социальной защиты Респ. Беларусь, 31 мая 2012 г., № 48/71 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2012.

3. *Половкина, Э. А.* Методологические подходы для расчета производительности труда: зарубежный опыт / Э. А. Половкина // Казанский экономический вестник. — 2014. — № 2. — С. 19–22.

А.А. Перещук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **С.Н. Зенько** — канд. экон. наук

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА КАК ИННОВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА ФИНАНСИРОВАНИЯ

Важность изучения проблемы состоит в том, что большинство инновационных проектов на сегодняшний день остаются без должного внимания. К сожалению, многие проекты в Республике Беларусь не доходят до нужной публики и не находят достаточных средств для их осуществления. Краудфандинговые платформы созданы для представления обществу новых идей, а также привлечения финансовой помощи для их реализации.

Целью работы являлись изучение наиболее востребованных платформ и оценка их состояния с внесением предложений по их функционированию.

На сегодняшний день на двух самых крупных площадках размещено по 270 актуальных социальных и бизнес-проектов. Анализ данных платформ выявил ряд недостатков:

- низкая посещаемость (200–300 чел. в день, в сравнении с 2015 г. она снизилась на 45 %);
- снижение сумм пожертвований (средний чек составляет около 20 руб.);
- недостаток пиара (большинство представителей проектов забывают про активный пиар со своей стороны).

С целью расширения аудитории пользователей платформе «Маесенс» предложено нанять еще трех человек для курирования проектов с заработной платой в размере 3 % суммы успешно реализованного проекта. В обязанности новых членов команды будут входить привлечение к проекту заинтересованных слоев населения и активное участие в конференциях и проектах по привлечению инвесторов.

Анализируя проблему низкого интереса к области краудфандинга, можно сделать вывод, что основной путь преодоления существующих проблем лежит через активную рекламу и привлечение как можно большего числа участников в проекты.

Литература

1. Краудфандинговая платформа «Маесенс» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://maesens.by/>. — Дата доступа: 15.04.2017.
2. Краудфандинговая платформа «Улей» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ulej.by/>. — Дата доступа: 15.04.2017.

А.А. Сидоренко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.К. Рудак — канд. экон. наук

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА

Актуальность темы обусловлена постоянно усиливающейся конкуренцией во всех сферах деятельности, что предопределяет поиск способов повышения внутренней эффективности на предприятиях, в том числе за счет использования социально-психологических методов управления персоналом.

Социально-психологические методы — это способы реализации управленческого воздействия на персонал, основывающиеся на использовании закономерностей социологии и психологии. Эти методы пред-

полагают два направления воздействия на поведение работников и повышение их трудовой активности: 1) формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе, развитие доброжелательных отношений между руководителем и подчиненными, оказание им поддержки; 2) раскрытие личных способностей каждого работника, оказание помощи в их совершенствовании.

Зарубежные исследователи едины в своем мнении о том, что социально-психологические методы управления оказывают значительное влияние на производительность труда. Японские социологи утверждают, что от настроения, желания человека работать и от того, какая морально-психологическая обстановка в коллективе, производительность труда может увеличиться примерно в 1,5 раза или в несколько раз уменьшиться [1, с. 68]. Российские экономисты в ходе анализа факторов, влияющих на динамику производительности труда в отраслях ТЭК, выявили, что нематериальная мотивация персонала, корпоративная культура и социально-психологический климат в коллективе входят в группу наиболее значимых факторов [2].

Задача исследования заключалась в оценке социально-психологического климата на ООО «Кампари» — предприятии, занятом производством бумажных изделий хозяйственно-бытового и санитарно-гигиенического назначения и неспециализированной оптовой торговлей непродовольственными товарами.

Для проведения данного исследования использовались: 1) методика А.Ф. Фидлера «Атмосфера в группе»; 2) методика «Определение индекса групповой сплоченности» К. Сигора. Исследование проводилось среди рабочих производственного цеха предприятия. Всего было опрошено 45 из 49 рабочих цеха. Анализ результатов исследования психологической атмосферы в коллективе цеха показал, что лишь 15,56 % опрошенных оценивают психологическую атмосферу в коллективе как благоприятную, 35,56 % респондентов — как среднюю, большинство (48,88 % от общего числа опрошенных) оценивают атмосферу в коллективе как низкую. Также на основе полученных данных был построен профиль психологической атмосферы. По всем отрицательным критериям (кроме непродуктивности) коллектив цеха поставил оценки выше среднего. Из этого можно сделать вывод о том, что в цехе царит атмосфера, для которой характерны враждебность, несогласие, неудовлетворенность, холодность, несогласованность, скука, равнодушие, недоброжелательность и безуспешность. Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что подавляющее большинство рабочих в производственном цехе считают атмосферу в своем коллективе неблагоприятной. При этом общий индекс групповой сплоченности, равный 8,92, свидетельствует о том, что в коллективе средний уровень сплоченности. Для несплоченного коллектива характерно наличие нескольких социально-психологических групп, недружелюбно относящихся друг к другу, большой разброс в показателях дисциплинированности и общественной активности работников, доминирование функциональных отношений,

неразвитость социально-психологических контактов, высокая текучесть кадров, конфликтность.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в коллективе рабочих производственного цеха ООО «Кампари» установлен неблагоприятный социально-психологический климат, для совершенствования которого необходимо:

- повышение инициативности и удовлетворенности персонала трудом (посредством внедрения «ящиков предложений»);
- развитие корпоративной культуры предприятия (разработка корпоративного кодекса этики; проведение корпоративных мероприятий, тренингов).

В результате реализации мероприятий по этим направлениям ожидаются снижение напряженности среди персонала, сокращение числа межличностных конфликтов, улучшение деловых взаимоотношений, уменьшение непродуктивных затрат времени, повышение лояльности сотрудников, удовлетворенности персонала работой, что в свою очередь приведет к снижению текучести кадров, росту производительности труда и повышению качества выполняемых заданий.

Литература

1. Коробко, В. И. Теория управления: учеб. пособие / В. И. Коробко. — М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2014. — 412 с.
2. Гайфуллина, М. М. Оценка факторов, влияющих на динамику производительности труда в отраслях топливно-энергетического комплекса / М. М. Гайфуллина, В. Д. Земцова, Т. Б. Лейберт // Экономика и управление. — 2015. — № 3. — С. 43–50.

В.Э. Смолич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.А. Гец**

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЯГОД В КФХ «СМОЛИЧ И К»

В процессе исследований выявлено, что садоводство является одной из наиболее интенсивных и доходных отраслей сельскохозяйственного производства. Развитие отрасли и повышение ее экономической эффективности основываются на создании крупных садов на промышленной основе и интенсификации производства, предусматривающей его механизацию и химизацию, внедрение современных высокопродуктивных сортов, применение современных технологий и орошения.

Следует отметить, что под плодово-ягодными культурами в республике во всех категориях хозяйств занято 98,9 тыс. га. Более 65 % этих площадей, или 65,4 тыс. га плодово-ягодных насаждений, скон-

центрировано в крестьянских (фермерских) хозяйствах и хозяйствах населения. Ежегодный объем производства фруктов населением составляет около 450–500 тыс. т, или более 85 % их республиканского производства, в том числе семечковых 81 %, косточковых и ягод — более 97 %. В результате республика вынуждена импортировать свежие яблоки, груши и ягоды. В сложившейся ситуации производства плодов и ягод в республике и с целью насыщения рынка качественной плодово-ягодной продукцией и продуктами ее переработки, снижения импорта и наращивания экспортного потенциала целесообразно повышать эффективность выращивания плодов и ягод населением.

КФХ «Смолич и К» динамично развивающееся предприятие, специализирующееся на производстве плодов и ягод. Основными древесными и кустарниковыми культурами, выращиваемыми в хозяйстве, являются яблони, малина, смородина. Об экономической эффективности производства плодово-ягодной продукции на предприятии можно судить по поступательному росту показателей урожайности, валового сбора, выручки и прибыли хозяйства. Так, за период 2013–2015 гг. выручка от реализации плодов и ягод увеличилась более чем в 4 раза, прибыль — в 5,8 раза. В 2015 г. рентабельность реализованной продукции составила 61,6 %, а рентабельность продаж — 38,1 %.

Для повышения эффективности производства ягод на предприятии целесообразно внедрить технологию капельного орошения, которая в отличие от дождевания обеспечивает подачу растворимых минеральных и органических удобрений с поливной водой непосредственно в прикорневую зону растений. При этом количество и периодичность подачи воды регулируется в соответствии с потребностями растений [1].

Следует отметить, что использование капельного орошения позволяет: улучшить условия роста орошаемых растений; снизить затраты ручного труда и расход оросительной воды и удобрений на полив; исключить ожоги листьев растений, свойственные при применении дождевальных установок; уменьшить заболевания растений фитофторой и другими грибковыми заболеваниями; регулировать увлажненность почвы в любой точке системы; сохранить воздушную проницаемость почвы [1].

В результате расчетов выявлено, что общая величина инвестиционных затрат на реализацию проекта по внедрению капельного полива ягодных культур составит 25 тыс. долл. США. Оценка показателей эффективности инвестиционного проекта свидетельствуют о целесообразности его реализации, так как простой срок окупаемости инвестиционных затрат составляет 3 года, динамический срок окупаемости — 4 года, индекс рентабельности — 1,3 [2].

Таким образом, реализация инвестиционного проекта и ввод в действие капельного полива ягодных культур позволит КФХ «Смолич и К»: довести урожайность ягодных культур до 1,4 т/га; увеличить валовой сбор ягод до 20 т; снизить себестоимость, повысить качество и товарный

вид продукции и на этой основе существенно повысить эффективность производства ягод в хозяйстве.

Литература

1. Основные принципы работы капельного полива [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kapelnoe.ru/irrigation.html>. — Дата доступа: 01.04.2017 г.

2. Инвестиционное проектирование : учеб.-метод. пособие / М. К. Жудро [и др.] ; под общ. ред. М. К. Жудро, А. А. Гец. — Минск : БГЭУ, 2017. — 205 с.

В.А. Супрунюк
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **О.Г. Довыдова** — магистр экон. наук

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «СТРОЙТЕХМАШ»)

Успешность функционирования любого предприятия в конечном счете зависит от уровня конкурентоспособности предлагаемой продукции. Тем самым приходится признать необходимость разработки четкой методологии оценки и управления конкурентоспособностью продукции.

За последние годы разработано множество методов оценки конкурентоспособности товара. Из-за большого их количества достаточно сложно для организации в быстрые сроки определить, каким же воспользоваться. Цель данной работы показать особенности каждого метода и выбрать оптимальный. Для этого рассмотрим методы оценки конкурентоспособности на примере компании ООО «Стройтехмаш» (специализируется на производстве матрасов).

Анализ методом оценки конкурентоспособности товара «11111-55555». В данном случае конкурентоспособность товара определяется пятью интегральными показателями. Определяем конкурентов и по пятибалльной шкале выставляем оценки каждому предприятию по всем показателям, без учета весомости [1].

Анализ конкурентоспособности товара с помощью мультиатрибутивной модели оценки. Данный метод является более углубленным. Определяем атрибуты (выгоды потребителя от товара), а также с помощью экспертной оценки определяем оценки каждого и степень их важности. Итоговый показатель высчитывается как сумма оценок параметров, умноженная на соответствующую значимость параметров. Данный метод позволяет более углубленно изучить слабые и сильные места товаров.

Анализ конкурентоспособности продукции с помощью параметрической модели. Данный метод обладает некоторыми преимуществами в сравнении с предыдущими: оцениваются как объективные (требования государства), так и субъективные (требования предприятия) показатели, которые измеряются относительно эталона; учитывается действие фактора в положительную или отрицательную сторону для конкурентоспособности и в зависимости от этого ведется расчет итогового показателя.

Анализ конкурентоспособности продукции с помощью комбинированной модели оценки. Данный метод — это совмещение мультиатрибутивной и параметрической моделей. Итоговая оценка конкурентоспособности продукции в выполняется в трех блоках, реализующих три разных методических подхода: атрибуты товара, объективные свойства товара, субъективные параметры, однако уже со степенью значимости в отличие от параметрической модели, а также учитываем действие фактора в положительную или отрицательную сторону.

Рассмотрев различные методы, мы выделили основные их особенности и характеристики, выявили слабые места продукции компании ООО «Стройтехмаш». Выявленные данные станут основой для планирования мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции. Из всего вышесказанного можно заметить, что комбинированная модель является наиболее точной, так как учитывает все группы показателей, а также степень их значимости.

Литература

1. *Кулешова, А. Б.* Конкуренция в вопросах и ответах : учеб. пособие / А. Б. Кулешова. — М. : ТК Велби : Изд-во Проспект, 2004. — 256 с.

2. *Ламбен, Ж.-Ж.* Стратегический маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен. — СПб. : Наука, 1996. — XV. — 589 с

3. *Азоев, Г. Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. — М. : Центр экономики и маркетинга, 2012. — 415 с.

4. *Азоев, Г. Л.* Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. — М. : Финансы и статистика, 2011. — 216 с.

В.В. Суцевич, А.Н. Третьяк
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Л.В. Лагодич** — канд. экон. наук

АКВАПОНИКА — ТЕХНОЛОГИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА БУДУЩЕГО

Сегодня аквапоника является одной из перспективных технологий растениеводства, которая займет важное место в развитии сельского хозяйства в обозримом будущем, так как в процессе производства расте-

ниеводческой продукции исключается использование химических удобрений. Процесс переработки и очистки происходит в замкнутом цикле. В связи с вышеизложенным актуальность выбранной для исследования темы не подлежит сомнению. Целью исследования являются изучение высокотехнологичного способа ведения сельского хозяйства на основе технологии аквапоники и определение ее достоинств и недостатков.

Важным достоинством аквапоники является то, что она дает возможность сократить сброс сточных вод при разведении рыбы. Также в аквапонике не используются гербициды и пестициды, так как они губительны для бактерий и рыб. Экологичные фермы являются эффективными с точки зрения затрат на производство продукции и объемов урожая и могут соперничать с традиционными сельскохозяйственными объектами, делающими ставку на проверенные технологии. Используя аквапонику, можно предложить рынку большое количество действительно экологически чистой и вкусной продукции. В то же время спрос на экологически чистые продукты постоянно возрастает.

Вместе с тем промышленное выращивание рыбы и овощей требует высоких стартовых затрат, так как необходимо построить теплицы и в них размещать водоемы. Кроме того, система требует источника энергии для работы насосов. Также серьезным ограничением развития аквапоники даже в умеренном климате являются высокие затраты на поддержание необходимой температуры. Необходимо отметить, что цены на продукты питания, которые в итоге получаются, превышают обычные более чем в два раза. Несмотря на указанные минусы, практика использования исследуемой технологии в странах ЕС показывает, что она более экономически эффективна, чем традиционные методы ведения сельского хозяйства.

Простейшая схема работы с использованием аквапоники следующая: вода из бассейна с рыбами закачивается насосами в емкость, в которой на твердых субстратах выращиваются растения. Наиболее эффективным является выращивание зелени, рассады декоративных растений, а из рыб — тилапии, африканского клариевого сома, карпа [1].

В условиях замкнутого водоснабжения практикуется производство томатов и огурцов совместно с карпом. Урожайность томатов незначительно уступает урожайности, получаемой при использовании минерального питания (18 кг/м²), при этом нитратов в плодах содержится не более 30 мг/кг сырой массы (на минеральном питании — 130–140 мг/кг). Утилизация азота достигает 67–80 % вместо 25 % при стандартной технологии [1].

Таким образом, проведенные исследования показали, что производство овощей с использованием традиционной технологии не так эффективно и экологично, как с использованием аквапоники. Несомненно, в условиях нехватки водных ресурсов, быстрого развития аквакультуры и деградации земель аквапоника становится перспективным направлением растениеводства.

Литература

1. Щербинин, Ю. В. Аквапоника — технология сельского хозяйства будущего : сб. информ. материалов / Ю.В. Щербинин. — М. : ИКЦ АПК, 2015. — 46 с.

А.И. Толстик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **И.Н. Куропатенкова** — канд. экон. наук

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ШКОЛА РОБОТОТЕХНИКИ»)

На современном этапе развития бизнеса очень важную роль играет автоматизация любого возможного процесса в организации. Коммуникации, сбор информации, принятие типичного управленческого решения и многие другие рабочие моменты могут более эффективно выполняться компьютерными программами. Их внедрение позволяет снизить трудоемкость процессов, высвободить время работников или устранять человеческий фактор, проводить сокращение персонала. В представленном материале все эти преимущества нашли свою реализацию.

В целях совершенствования и автоматизации организации труда работников компании была изучена последовательность действий работников при составлении расписания, систематизированы их функциональные обязанности и изучена организационная схема его составления.

В результате было выявлено, что формирование расписания учебных групп является самой трудоемкой задачей и отнимает у сотрудников 59 % их рабочего времени. Основными причинами высокой загруженности работников группы планирования учебного процесса являются трудоемкий процесс, специфика расположения учебных центров в школах, стратегия компании.

В результате было обосновано и разработано программное обеспечение, в основе которого заложен новый алгоритм формирования групп и планирования учебного процесса с участием как работников группы планирования учебного процесса, так и самих родителей. В чем суть алгоритма?

В обязательный процесс регистрации на сайте, введен этап «Расписание». Родитель выбирает время и полученные сведения поступают в базу данных с присвоенными им *ID*-номера. Процесс распределения представляет собой прохождение данных через такие условия, как: минимум человек в группе, количество «потерянных» клиентов, приоритетный выбор и т.д.

Главным моментом является тот факт, что распределение 21 чел. может оказаться нам невыгоднее распределения 19 чел. В основе решения данной задачи заложено следующее экономическое условие:

$$PROFIT = (N \cdot P) - (A + S) \cdot n,$$

где N — количество успешно распределенных учеников; P — цена одного занятия для ученика; A — ставка аренды кабинета за занятие; S — средняя заработная плата преподавателя за занятие; n — количество групп.

Выходные данные представляют собой таблицу со списками групп по ID -номерам клиентов. Выбор варианта расписания остается за оператором, и после выбора происходит смс-рассылка родителям с приглашением на первое занятие. Нераспределенные заявки рассматриваются в индивидуальном порядке.

Внедрение разработанного программного обеспечения автоматизации процесса формирования групп и планирования их расписания занятий привело как к оптимизации человеческих ресурсов, так и к росту производительности труда.

Экономический эффект от внедренных мероприятий был рассчитан по следующей формуле:

$$\Delta_v = F_1 - F_2 = 1050 - 10 = 1040 \text{ мин} = 17,3 \text{ ч},$$

$$\text{или } \Delta_q = \Delta_v / \text{ФРВ} = 2,2 \text{ чел.}$$

где F_1 — время выполнения функции до внедрения; F_2 — после внедрения.

Следовательно, рост производительности труда составляет

$$\text{ПТ} = (100 \cdot \Delta_q) / (\text{Ч}_n - \Delta_q) = 122 \text{ \%}.$$

По оценочным расчетам, экономия финансовых ресурсов, связанная с ростом производительности труда, составит 29 000 BYN; затраты на реализацию проекта — 15 000 BYN, и мы видим, что экономия, связанная с повышением производительности, гораздо больше, чем затраты на внедрение алгоритма автоматизации. Таким образом, у работников освобождается 59 % рабочего времени и один сотрудник может выполнять обязанности двух работников. Учитывая, что в отделе 4 работника, высвобождение персонала составляет 2 чел.

Подводя итоги, мы на реальном примере увидели, что автоматизация процессов имеет очень высокую эффективность, тем более в условиях современного рынка, когда время и качество играют очень важную роль.

Литература

1. Половкина, Э. А. Методологические подходы для расчета производительности труда: зарубежный опыт / Э. А. Половкина // Казанский экономический вестник. — 2014. — № 2. — С. 19–22.

ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФХ «ОСТРОВЕЦКОЕ»

В процессе исследований выявлено, что ФХ «Островецкое» — второе по величине в Республике Беларусь предприятие, занимающееся производством мяса индейки. Следует отметить, что сегодня в стране действуют три организации, специализирующиеся на разведении и откорме данного вида птицы: КУП «Племптице завод «Белорусский», где организован замкнутый цикл производства и селекции индейки, ФХ «Островецкое» и ОАО «Птицефабрика Городок».

В настоящее время в ФХ «Островецкое» действуют 11 птичников, среднегодовой пропускной способностью 120 тыс. голов. Грамотный подход руководства, мотивация персонала, строгое соблюдение технологии обеспечили высокую эффективность функционирования организации. Так, по итогам работы за 2015 г. рентабельность производства и основных фондов составили 62,9 и 89,9 % соответственно (для сравнения: в 2014 г. — 60,8 и 78,8 %).

С целью обоснования направлений повышения эффективности функционирования ФХ «Островецкое» проведен SWOT-анализ, который позволил оценить потенциал организации, выделить ее сильные и слабые стороны, а также установить внешние возможности и угрозы. Так, к сильным сторонам следует отнести: высокое качество производимой продукции; использование тяжеловесного кросса птицы лучшей селекции от «Moorgut Kartzfehn» (Германия) БИГ-6, который отличается высокими мясными качествами, быстрым ростом и невысокой потребностью в площади (1 м² на 2 взрослые головы); применение современных интенсивных, ресурсо- и энергосберегающих технологий; наличие собственного цеха по приготовлению кормов; полная загрузка производственных мощностей. Среди слабых мест предприятия выделены: отсутствие собственного родительского стада птицы; закупка компонентов для производства комбикормов за рубежом; сильная зависимость от курса национальной валюты; слабое развитие собственной торговой сети; высокий процент падежа птицы на первых двух неделях откорма.

Дальнейшему развитию предприятия могут помешать такие внешние угрозы, как: ужесточение фитосанитарных требований на импорт суточного молодняка; введение барьеров на поставку зарубежных компонентов для приготовления комбикормов; заполнение отрасли новыми конкурентами; высокий уровень инфляции; ужесточение требований по сертификации товара. Но в то же время благоприятными для

ФХ «Островецкое» могут стать следующие возможности: расширение рынка сбыта за счет отсутствия должной конкуренции; появление на рынке высокотехнологичного оборудования; расширение каналов сбыта продукции, в том числе за рубежом; выведение более продуктивной породы птицы; диверсификация покупательских предпочтений.

Результаты проведенного SWOT-анализа показали:

- значение индекса возможностей превышает индекс угроз, что свидетельствует о благоприятной ситуации в отрасли;
- значение индекса сильных сторон превышает индекс возможностей. Это означает, что предприятие рационально использует свои ресурсы и успешно реализует в своей деятельности возможности внешней среды;
- индекс сильных сторон превышает индекс слабых сторон, что свидетельствует о правильно выбранном направлении в управлении и о наличии возможностей развития предприятия.

Синтезируя результаты исследований, необходимо констатировать, что для повышения экономической эффективности функционирования ФХ «Островецкое» и укрепления его позиций на рынке необходимо: постепенно увеличивать посадочные площади, используя в своей деятельности эффект масштаба; снижать импортность производства; развивать углубленную переработку мяса индейки; расширить ассортимент выпускаемых полуфабрикатов в соответствии с запросами и предпочтениями потребителей; развивать собственную торговую сеть; проводить рекламные кампании, информируя населения о питательной ценности мяса индейки.

А.Н. Третьяк, В.В. Суцевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.В. Мозоль** — канд. экон. наук

ЦИКЛИЧНОСТЬ ПРОДУКТИВНОСТИ В ПРОИЗВОДСТВЕ РАСТЕНИЕВОДЧЕСКОЙ И ЖИВОТНОВОДЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Целью исследования цикличности в сельскохозяйственном производстве являются мониторинг и определение причин этого явления, что является информационной базой для принятия решений по их устранению для обеспечения устойчивости процессов развития аграрного сектора.

Авторами исследована цикличность сельхозпроизводства на основании данных об урожайности основных сельскохозяйственных культур и среднегодовых удоев на 1 корову по Республике Беларусь за период с 1995 по 2016 гг. при помощи линейной функции и параболы второго порядка.

Используя коэффициенты перевода продукции растениеводства в кормовые единицы, переведем все анализируемые культуры для сопоставления общей динамики продукции растениеводства за 14 лет и отобразим это на графике (рис. 1).

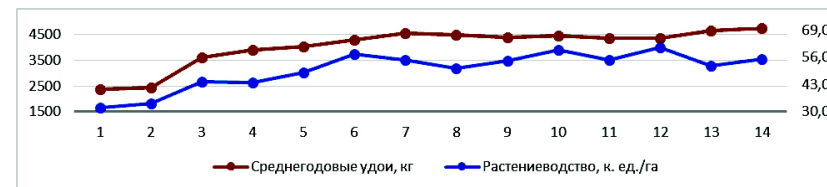


Рис. 1. Общая динамика продуктивности растениеводства и животноводства [1, с. 86]

Из рис. 1 видно, что пик урожайности по растениеводству в целом пришелся на 2008 г. и в последующих годах наблюдается падение до 2010 г. Такие колебания существуют и в животноводческой отрасли. Проанализировав среднегодовые удои на 1 корову в год, заметим, что пик продуктивности приходится на 2009 г., а спад наблюдается до 2011 г. Из этого можно сделать вывод, что урожайность сельскохозяйственных культур влияет на продуктивность животноводческой отрасли со сдвигом на один год.

На основании анализа и расчетов в данной работе спрогнозируем урожайность по каждой сельскохозяйственной культуре на предстоящие 4 года. Результаты отразим на примере урожайности зерновых культур (рис. 2).

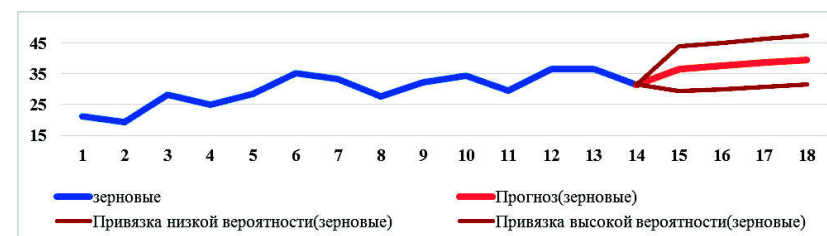


Рис. 2. Прогноз урожайности зерновых культур

Средняя линия прогнозирует развитие урожайности при прежних условиях. Верхняя линия показывает увеличение урожайности при более благоприятных условиях выращивания сельскохозяйственных культур, а нижняя — наоборот при менее благоприятных условиях, чем за прошлые годы.

Таким образом, на основании установленной цикличности зерновых культур, авторы могут сделать вывод: существует реальная воз-

возможность прогнозирования на основе анализа циклов урожайности в растениеводстве и продуктивности животноводства; установлено, что уровень урожайности в растениеводстве оказывает влияние на уровень продуктивности животноводства с периодом смещения в один год.

Литература

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2014. — 366 с.

Е.А. Харченко
СКФУ (Ставрополь)

Научный руководитель **О.Н. Момотова** — канд. экон. наук

МОНИТОРИНГ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ПОМОЩЬЮ В РАЗВИТИИ ЭКСПОРТА

В целях разработки мер содействия развитию малого и среднего предпринимательства (МСП) в Ставропольском крае в вопросах активизации экспортной деятельности были проанализированы результаты опроса предпринимателей, отражающие степень их удовлетворенности деятельностью структур, способствующих развитию экспорта.

В результате исследования выяснилось, что МСП пользуются в равной степени услугами Фонда поддержки предпринимательства Ставропольского края (44 %) и Торгово-промышленной Палаты Ставропольского края (44 %). Присутствуют единичные обращения в Фонд содействия инновационному развитию Ставропольского края и Корпорацию развития Ставропольского края. Необходимо отметить высокую степень удовлетворенности предпринимателей существующей инфраструктурой государственной поддержки МСП в Ставропольском крае (более 70 % предпринимателей высказались положительно). Однако, учитывая, что около 80 % опрошенных МСП заявили о целесообразности государственной поддержки, получили ее только 20 % опрошенных. Недоумение вызывает то, что более 60 % респондентов недостаточно осведомлены о существующих формах поддержки.

Анализируя ответы предпринимателей с использованием метода «суммы мест», нам удалось выяснить, какие услуги структур содействия предпринимательству являются наиболее важными (по мере убывания их значимости для респондентов):

- услуги по продвижению продукции субъектов МСП на региональные и зарубежные рынки;
- информационные услуги;
- консультационные услуги;
- образовательные услуги;

- услуги по формированию пакета документов, необходимых для получения государственной поддержки.

МСП отмечают следующие проблемы, возникающие в ходе осуществления внешнеэкономической деятельности: недостаточное ресурсное обеспечение и проблемы в сфере осуществления таможенных процедур, которые отмечает каждый пятый опрошенный; недостаточное кадровое обеспечение; наличие административных барьеров на всех уровнях; проблемы в сфере налогового и технического регулирования; отсутствие координации различных действий и инициатив МСП, которые отмечает каждый седьмой респондент. Недостаточный уровень развития инфраструктуры поддержки МСП отмечают только 4 опрошенных, то есть менее 10 %.

Часть этих проблем может быть в некоторой степени решена посредством содействия структур поддержки. Снижение административных барьеров, организация общественного контроля, организация «горячей линии» по правовому консультированию — вот основные рекомендуемые меры по поддержке деятельности экспортно ориентированных субъектов предпринимательства в Ставропольском крае.

Литература

1. Бюллетень статистики внешней торговли Ставропольского края. — Минеральные Воды: Северо-Кавказское таможенное управление, 2016. — 132 с.

2. Официальные материалы Федеральной таможенной службы России. — Режим доступа: <http://www.ftc.spb.ru>. — Дата доступа: 01.04.2017.

В.Ю. Шишкин
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.В. Мороз**

КОЛЛАБОРАЦИЯ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ВОЗМОЖНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ

В последние десятилетия активно происходит формирование новой экономики. Трансформация экономических систем затрагивает структуру национальных хозяйств, технологии производства различных благ, а также способы и принципы взаимодействия экономических субъектов.

В основе таких новых возможностей лежит коллаборация, которая, в свою очередь, может рассматриваться как специфическая институциональная форма взаимодействий. Выявлению институциональных характеристик коллаборации, а также подтверждению ее актуальности и посвящена данная статья.

В научной среде в настоящее время нет единого мнения о том, что следует понимать под коллаборацией. Обобщение подходов позволило выделить следующие специфические черты такой деятельности.

Во-первых, целью сотрудничества участников коллаборации является создание нового продукта. Данная специфическая черта является основополагающей в определении понятия «коллаборация». Во-вторых, коллаборация объединяет специалистов из разных областей знания или сфер деятельности, именно «на стыке» порождая новые идеи и подходы, которые затем коммерциализуются [3]. В-третьих, одной из важных характеристик коллаборации является отсутствие границ, как между отраслями и сферами экономической деятельности, так и между странами. Залогом успешности коллаборации является высокая мотивированность ее участников, а движущей силой является «общая идея, ценности и энергия совместного сотворчества при равноправии всех участников процесса» [1]. В-четвертых, механизмом управления коллаборацией соотносим с самоорганизацией вокруг некоторого проекта, вызывающего взаимный интерес. Отсюда форма руководства, как правило, основана на сотрудничестве равноправных членов децентрализованного сообщества [2].

В мировой практике данная форма сотрудничества широко используется мировыми брендами: Coca-Cola&Nestle (чай «Nestea»), Bosch&BMW&Vattenfall (EV батареи), Puma&Rihanna (одежда) — коллаборационная деятельность данных компаний подтверждает актуальность рассматриваемого определения, позволяющего сохранять конкурентоспособность компаний на рынке в современных условиях. Также улучшает свои позиции и отечественная компания АвтоВАЗ путем усовершенствования линейки автомобилей Lada с помощью коллаборации с Renault-Nissan. По итогам продаж в декабре 2016 г. доля LADA на российском рынке легковых автомобилей составила 20,4 %.

В свою очередь для Республики Беларусь в сфере экономики слово «коллаборция» по-прежнему новое. В большинстве случаев данное понятие заменяется словами «сотрудничество» или «взаимодействие». Отличием коллаборации является специфика содержания самого понятия, она подразумевает объединение субъектов различных отраслей с целью разработки конкретного нового проекта либо продукта, что только второстепенно отражают понятия «взаимодействие» и «сотрудничество».

Учитывая недостаточную степень разработанности проблемы на территории Республики Беларусь, среди перспективных направлений дальнейших исследований можно назвать, например, выявление коммуникационных моделей и финансово-экономических механизмов коллаборационных процессов, а также изучение институциональных характеристик различных явлений, имеющих коллаборационную природу, в частности ко-брендинга в маркетинге и т.д.

Литература

1. Антипина, Е. А. Региональная политика нового поколения: постановка задачи в сфере человеческого капитала / Е. А. Антипина // Человеческий капитал. — 2014. — № 4 (64). — С. 41–45.
2. Тихомирова, О. Г. Корпоративная коллаборация и взаимодействие: решение проблемы самоорганизации социально-экономических систем / О. Г. Тихомирова // Фундаментальные исследования. — 2014. — № 9–5. — С. 1082–1086.
3. Щукина, Л. С. Кобрендинговые проекты как эффективный инструмент медиарилейнз в сфере моды / Л. С. Щукина // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. — 2014. — № 4. — С. 143–145.

Секция 9

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

В.А. Велент
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.М. Микулч — канд. экон. наук

КОРРЕКТНОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ГРАНИЦ ТОВАРНОГО РЫНКА — ЗАЛОГ ЭФФЕКТИВНОГО АНТИМОНОПОЛЬНОГО ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ

Первым шагом при рассмотрении антимонопольным органом практики любого дела является выявление границ товарного рынка. По этой причине грамотное проведение данной процедуры является основой для применения антимонопольного законодательства. Границы товарных рынков устанавливаются не по желанию или усмотрению антимонопольного органа, а на основании взвешенного экономического анализа.

Под границами товарного рынка понимается состав группы взаимозаменяемых товаров («продуктовые границы рынка», определяемые субъективными возможностями потребителя заменить один товар другим для использования в одних и тех же целях), реализуемых на определенной территории («географические границы рынка», в пределах которых потребитель способен приобрести товар) [1].

В Республике Беларусь границы товарного рынка определялись неточно и некорректно из-за отсутствия соответствующей методики, которая широко используется в мировой практике. В основу выявления границ было положено субъективное мнение специалистов антимонопольного органа, которое базировалось на классификаторах, ГОСТах и иных нормативных актах продукта соответствующего товарного рынка. В результате возникали ошибки в расчете доли субъектов и, тем самым, происходило искажение выводов о наличии доминирования, что нарушало нормальный процесс развития конкуренции.

Зарубежные страны при определении границ товарного рынка используют 4 основных метода: тест гипотетического монополиста, сравнение уровней цен, корреляция цен и эластичность цен, анализ торговых потоков. С помощью данных инструментов антимонопольные органы не только проводят экономико-математические расчеты, но и выборочно опрашивают потребителей. Следует отметить, что приоритет часто отдается тесту гипотетического монополиста, основанного на мнении потребителя, поскольку в случае его использования снимается обязанность обоснования выбора инструмента.

13 февраля 2017 г. в Министерстве антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь приказом Министра № 19 были

утверждены Методические рекомендации о проведении анализа и оценки состояния конкуренции на товарных рынках Республики Беларусь, разработанные на основе российского законодательства. Данные рекомендации описывают вышеуказанные методы определения границ товарного рынка, однако содержат ряд неясностей. Например, при описании метода теста гипотетического монополиста неразрешенными остались следующие вопросы: «Какое количество респондентов необходимо для доказательства достоверности полученных данных?», «В каких местах проводить опрос?», «Какие вопросы следует задавать респонденту?», «Как оценить утрату выгоды продавца от продажи товара по увеличенной цене?», «Какие программные продукты использовать?». Устранение недочетов и, как следствие, грамотное применение методов определения границ товарного рынка позволят белорусскому антимонопольному органу выявлять нарушения антимонопольного законодательства и своевременно применять меры восстановления условий развития здоровой конкуренции, которые обеспечивают эффективное развитие производства, торговли и экономики страны в целом, а это, в свою очередь, повышает благосостояние потребителей.

Литература

1. Конкурентное право России : учебник / Д. А. Артемьев [и др.]; под ред. Д. А. Артемьева, С. А. Пузыревский, А. Г. Сушкевич. — 2-е изд. — М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. — 493 с.

К.М. Ворона
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель М.Л. Зенькова — канд. техн. наук

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ БИОПРОДУКТА НА ОСНОВЕ ОБЛЕПИХИ

Сегодня сложилось целое направление в области питания по созданию научно обоснованного подхода к производству пищевых продуктов с растительными добавками. Большинство из них разработано в целях улучшения их пищевой ценности, доступности широким слоям населения, рационального использования местного растительного сырья, расширения ассортимента детских, диетических и лечебно-профилактических продуктов.

Выбор облепихи для разработки биопродукта обусловлен ее высокими вкусовыми и функционально-технологическими свойствами. Ягоды облепихи содержат полиненасыщенные эссенциальные жирные кислоты, аскорбиновую кислоту (витамин С), каротин (провитамин А), тиамин, никотиновую кислоту, рибофлавин, токоферол, ликопин, фолиевую кислоту, филлохинон, сахара, дубильные и другие вещества. Также

ягоды облепихи содержат минеральные элементы (зольность от 0,36 до 0,38 %), пектиновые вещества (от 0,4 до 0,5 %), клетчатку (от 3,2 до 4,9 %) [1, 2].

Для повышения функциональности разрабатываемого биопродукта использовались пробиотические штаммы микроорганизмов. Продукты, обогащенные пробиотиками и пребиотиками, характеризуются высокими диетическими свойствами, так как содержат ряд биологически активных соединений: свободные аминокислоты, летучие жирные кислоты, ферменты, пробиотические культуры, микро- и макроэлементы. Соответственно, благодаря воздействию пробиотических культур на организм человека наблюдается положительный эффект работы желудочно-кишечного тракта путем формирования здоровой микрофлоры кишечника.

Симбиоз выделенных компонентов позволяет сочетать в себе большинство необходимых питательных веществ для организма человека, что избавляет потребителя от необходимости искать многочисленные продукты питания, чтобы восполнить потребность в данных питательных веществах. И в результате диспепсии, тяжелые формы желудочно-кишечных заболеваний, острые и отчетливо выраженные гнилостные процессы в кишечнике, хронические колиты, гемоколиты, запоры лечатся систематическим потреблением биопродуктов.

Исходя из проведенных исследований в области экономического обоснования разработки нового вида биопродукта, необходимо отметить, что сегодня рынок биопродуктов является динамично развивающимся и требует новых видов продукции. Потребители положительно относятся к концепции здорового питания, поэтому увеличивается и спрос на биопродукты.

Для разработки биопродукта на основе облепихи в качестве основы для производства было использовано фруктовое пюре (облепиховое), молочная основа для развития микроорганизмов (пробиотиков) и пропеченные зерна (пшеницы и др.) — как источник пищевых волокон. Использование растительных и молочных ингредиентов при разработке биопродуктов позволяет естественным способом обогатить продукт незаменимыми микронутриентами и значительно улучшить органолептические показатели. Технология производства разрабатываемого биопродукта предусматривает три этапа: подготовка молочной основы, подготовка фруктовой части (облепиховое пюре либо облепиховый сок), фасовка подготовленных компонентов и упаковка готового продукта.

Литература

1. *Артюхова, Л. М.* Использование пробиотиков и пребиотиков в биотехнологии производства биопродуктов : моногр. / Л. М. Артюхова. — М., 2010. — 109 с.
2. *Зенькова, М. Л.* Технология производства консервированных соков и повидла с облепихой функционального назначения / М. Л. Зенькова. — Могилев, 2007.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ЗЕЛЕНОГО ЧАЯ

Зеленый чай — уникальный продукт с широчайшим набором полезных свойств. Специалисты в области гигиены питания утверждают, что в чае содержится более 100 биологически ценных веществ, взаимосвязанных и образующих единый биологический комплекс, благодаря которому систематическое потребление чая оказывает весьма благоприятное действие на организм в целом, нормализуя обмен веществ.

В структуре производства и потребления все большую долю занимает зеленый чай, так как, по мнению ученых, он имеет более высокую биологическую ценность, полезные свойства и лечебный эффект.

Целью нашей работы было провести сравнительную оценку качества 10 образцов зеленого чая по органолептическим и физико-химическим показателям.

Для органолептической оценки была разработана балльная шкала, включающая 5 показателей: внешний вид (уборка), настой, аромат, вкус, цвет разваренного листа. Выбор номенклатуры показателей и их значения определялась на основании экспертной оценки.

В результате органолептической оценки было установлено, что из 10 исследованных образцов 5 соответствуют отличному уровню качества, 2 — хорошему, а 3 — удовлетворительному. Отличный уровень качества получили: чай «Тесс Стайл» китайский зеленый байховый крупнолистовой, чай «Дилма» зеленый натуральный крупнолистовой, чай «Ристон» зеленый байховый китайский крупнолистовой, чай «Типсон Грин фрэш» цейлонский зеленый байховый листовой.

Хорошими качествами обладают: чай «Фрут лайн» зеленый байховый листовой, чай «Гринфилд Флаинг Драгон» китайский зеленый байховый крупнолистовой. Оценку «удовлетворительно» получили: чай «Гринфилд Джипаниз Сенча» японский зеленый байховый крупнолистовой, чай «Джафф Ти Грин Ти Эрл Грэй» цейлонский байховый, чай «Hyson» цейлонский зеленый байховый крупнолистовой.

Физико-химические показатели качества чая оценивались на основе определения массовой доли влаги, экстрактивных водорастворимых веществ и массовой доли танина.

Наибольший показатель массовой доли водорастворимых экстрактивных веществ наблюдается у образца № 3 Чай «Дилма» зеленый натуральный крупнолистовой (36,7 %), наименьший — у образца № 8 «Чай “Hyson” цейлонский зеленый байховый крупнолистовой» (30,1 %).

Наибольший показатель массовой доли танина наблюдается в образце № 2 — чай «Тесс Стайл» китайский зеленый байховый крупно-

листовой» (19,8 %), наименьший — у образца № 8 чай «Hyson» цейлонский зеленый байховый крупнолистовой листовой (9,9 %).

Касательно массовой доли влаги, следует отметить, что образцы соответствуют ГОСТу.

По совокупности всех показателей лучшими торговыми марками, на основании наших исследований, стали: «Гринфилд “Джапаниз Сенча”»; «Тесс Стайл»; «Дилма»; «Хейлис» зеленый байховый английский крупнолистовой.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/TT100I02.pdf>. — Дата доступа: 01.03.2017.

Е.Д. Зеленко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.М. Микулч — канд. экон. наук

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ И ИЗМЕНЕНИЯМ В АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ

Фазы экономического цикла и все присущие им явления целесообразно рассматривать, сгруппировав их в две группы: «позитивная» (подъем и пик) и «негативная» (спад и дно), и в соответствии с этим делением выстраивать антимонопольную политику государства.

Группе «позитивная», куда входят этапы подъема и пика экономики, в сфере антимонопольной политики мы рекомендуем следующие приоритеты развития.

Развитие малого бизнеса путем предоставления льготных кредитов, материальной помощи, дополнительного финансирования, создания институтов развития предпринимательства. На рассматриваемом этапе развития экономики у государства имеются свободные денежные средства и ресурсы, которые могут быть направлены в вышеуказанные сферы, где могут быть эффективно использованы в целях повышения общего уровня конкурентной борьбы.

Также на данном этапе регулирующему антимонопольному органу рекомендуется постановка и выполнение генеральной цели в виде проведения активной политики в области предупреждения (недопущения) монополизации рынка. Данная цель должна достигаться путем эффективных санкций различного вида в отношении субъектов рынка, ограничивающих конкуренцию любыми способами или сознательно нарушающих действующее антимонопольное законодательство, и выступать в качестве превентивной меры.

Следует отметить, что в данный период необходимы создание и активное пополнение государственных резервов (в первую очередь финан-

совых), которые в будущем (на этапах спада и дна) будут использоваться и перераспределяться государством в целях скорейшего нивелирования экономического кризиса. Данные резервы должны формироваться прежде всего за счет налоговых отчислений юридических лиц соразмерно объему их деятельности (таким образом, основной объем данных налоговых отчислений будет взиматься с крупных организаций и монополистов).

Группе «негативная», куда входят этапы спада и дна, в сфере антимонопольной политики рекомендуется следующие приоритеты развития.

Активная поддержка во всех своих проявлениях (например, льготное кредитование) крупных организаций, субъектов, занимающих доминирующее положение на рынке, и монополистов. Данная особенность обуславливается наибольшей вероятностью выживания крупных организаций, нежели малых, в сложных условиях на рынке в кризисный период.

Антимонопольным органам также рекомендуется смягчить методы воздействия на субъекты, занимающие доминирующее положение на рынке, для повышения вероятности их успешного выхода из кризиса, например в части признания доминирующего положения субъекта хозяйствования на рынке. Крупные организации на этапах спада и дна в большей степени способны обеспечить население рабочими местами и доступными для удовлетворения потребностей товарами (по доступной в кризисный период цене), нежели малые организации.

Таким образом, понимание различными субъектами хозяйствования и антимонопольным органом своих мест и присущих каждому специфических задач в различные фазы экономического цикла является ключом в решении вопроса стабильности развития национальной экономики любого государства с рыночной экономикой.

С.В. Казак, Е.В. Дейчик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель М.М. Петухов

ВЫЯВЛЕНИЕ ФАЛЬСИФИКАЦИИ МУКИ ПШЕНИЧНОЙ

Мука — стратегический продукт для любого государства. Она имеет очень важное значение в питании человека, широко используется в кулинарии, хлебопекарной, макаронной и других областях пищевой промышленности.

Выделяют ассортиментную, качественную и количественную фальсификацию муки. Наиболее распространенной ассортиментной фальсификацией муки является пересортица (полная или частичная замена высших сортов муки низшими). Чем ниже сорт муки, тем она темнее и тем выше ее зольность. Качественная фальсификация муки осуще-

ствляется путем подмешивания непищевых (мел, известь, зола) и пищевых (мука низших сортов или муки других видов) заменителей. Также встречается количественная фальсификация (недовес) [1, с. 96]. Выявление фальсификации возможно лишь после идентификации товара. Она проводится с целью установления принадлежности продукта к той или иной однородной товарной группе или определенному перечню на основании характерных индивидуальных признаков, приведенных в технических нормативных правовых актах. Идентифицирующими признаками вида и типа муки являются органолептические и отдельные физико-химические показатели качества. К основным органолептическим показателям ассортиментной идентификации относится цвет, а к физико-химическим — зольность и количество клейковины.

Целью данной работы является идентификация муки пшеничной высшего сорта и выявление способов ее фальсификации. Оценка качества проводилась в соответствии с требованиями СТБ 1666-2006 «Мука пшеничная. Технические условия» [3].

Для выявления фальсификации были отобраны пять образцов муки пшеничной высшего сорта марки М54-28, реализуемой в Республике Беларусь: «Уладар» (УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов»), «Столичная мельница» («ОАО Минский комбинат хлебопродуктов»), «Меленка» (ОАО «Гомельхлебопродукт»), «Гасцінец з Палесся» (ОАО «Пинский комбинат хлебопродуктов») и мука «Климовичская» (ОАО «Климовичский комбинат хлебопродуктов»). Нами был проведен ряд исследований и определены: цвет, зольность (методом сжигания в муфельной печи) и количество сырой клейковины (отмыванием вручную).

По содержанию сырой клейковины и по органолептическим показателям (цвет белый или белый с кремоватым оттенком) все исследованные образцы соответствовали требованиям СТБ 1666-2006.

Зольность образцов пшеничной муки, за исключением муки «Климовичская» ОАО «Климовичский комбинат хлебопродуктов», находится в пределах 0,44–0,52 % и соответствует требованиям СТБ 1666-2006. Мука «Климовичская» имеет зольность 0,58 %, в то время как для пшеничной муки высшего сорта марки М54-28 данный показатель не должен превышать 0,55 %. Полученные результаты могут свидетельствовать о фальсификации муки высшего сорта (данный образец относится к первому сорту).

В результате проведенной экспертизы установлен факт реализации пшеничной муки первого сорта под видом муки высшего сорта. Таким образом, можно сделать вывод о фальсификации товара. Определяющим показателем для выявления фальсификации является зольность пшеничной муки, которая, как известно, повышается с понижением сорта.

Литература

1. *Чепурной, И. П.* Идентификация и фальсификация продовольственных товаров : учебник / И. П. Чепурной. — М. : Дашков и К°, 2008. — 460 с.
2. *Нилова, Л. П.* Товароведение и экспертиза зерномучных товаров : учебник / Л. П. Нилова. — СПб. : ГИОРД, 2005. — 416 с.
3. Мука пшеничная. Технические условия : СТБ 1666-2006. — Введ. 01.12.2006. — Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2006. — 11 с.

Е.А. Конопацкая, А.А. Николаенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель *А.В. Кармызов*

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ ФОРМАТА SHOWROOM НА РЫНКЕ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Сегодня во всем мире наблюдаются интенсивное развитие торговой сферы, появление новых методов продажи товаров, новых способов привлечения покупателей, поддержания их лояльности и развитие новых форматов торговых объектов. Вместе с тем на территории Республики Беларусь большинство уже существующих нововведений на данный момент не получили широкого распространения. К данным нововведениям относится такой новый формат торговых объектов на рынке непродовольственных потребительских товаров, как Showroom. Что же означает термин «showroom» и чем данный формат торговых объектов отличается от обычных магазинов?

В переводе с английского термин «showroom» буквально означает «демонстрационный зал» и имеет несколько значений:

- место, где представлены образцы вещей фабрики, производителя или место деловых встреч дизайнеров и производителей с оптовыми покупателями и заказчиками;
- магазин-ателье («салоны»), где представляет свою продукцию мелкий производитель [1].

Основными характеристиками торговых объектов данного формата являются следующие:

- индивидуальный подход к потенциальным клиентам;
- неширокий ассортимент товаров;
- высокие требования к персоналу (знание ассортимента, соответствие статусу заведения);
- грамотно реализованная маркетинговая политика;
- особые требования к размещению демонстрируемых товаров;
- эксклюзивный дизайн помещения.

Данный формат торговых объектов начинает развиваться на территории Республики Беларусь. К объектам формата «showroom» в нашей стране относятся такие торговые объекты, как Showroomby, Latushkina design, Lena Tsokalenko, Oh my look, Kardash [2].

Объектом нашего исследования является showroom «Бархат» в Минске, который является официальным представителем культового бренда Jovani, основанного в Нью-Йорке в 1980 г. [3].

Анализ цен и ассортимента в исследуемого объекта показал, что цены на платья Jovani в представленном showroom выше среднего (начинаются от 1000 бел. руб.), а ассортимент включает 110 моделей вечерних и коктейльных платьев. Из этого следует, что посетить данный торговый объект, в том числе и приобрести что-либо там, может позволить себе лишь незначительная часть населения нашей страны.

Таким образом, формат магазинов Showroom является перспективным направлением развития торговли на рынке непродовольственных потребительских товаров Республики Беларусь, однако существенным недостатком, который можно выделить на данный момент, является наличие узкого круга потребителей, которые в современных экономических условиях готовы позволить себе совершать дорогостоящие покупки эксклюзивных дизайнерских вещей, невзирая на их высокую стоимость.

Литература

1. Меркулов, А. Что такое шоу-рум/showroom? [Электронный ресурс] / А. Меркулов // Интернет-журнал про деньги «Где и как зарабатывать». — Режим доступа: https://gdeikakzarabotat.ru/stati/chto-takoe-shou-rum.html#free_onmoney. — Дата доступа: 07.04.2017.
2. Пирожок, Е. Дизайнерский путеводитель: шоу-румы Минска [Электронный ресурс] / Е. Пирожок // Онлайн журнал и блог о моде «Salon375.by». — Режим доступа: <http://salon375.by/dizajnerskij-putevoditel-shou-rumy-minska/>. — Дата доступа: 06.04.2017.
3. Соколова, Е. Showroom Бархат в Минске — оригинальные платья Jovani [Электронный ресурс] / Е. Соколова // Shopogid. — Режим доступа: <http://shopogid.by/shops/showroom-barhat.html>. — Дата доступа: 07.04.2017.

И.В. Лешкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **М.Л. Зенькова** — канд. техн. наук

ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА РЫБНЫХ КОНСЕРВОВ «КИЛЬКА В ТОМАТНОМ СОУСЕ»

Важной проблемой сегодня является обеспеченность рациона человека рыбой. Так, рекомендуемой нормой потребления рыбы в год являются 27 кг, при этом в среднем по миру в год потребляется 18 кг, что говорит о недостаточности ее в питании человека.

Целью работы являлась экспертиза качества рыбных консервов «Килька в томатном соусе».

Качество консервированной продукции требует к себе повышенного внимания, так как это стратегический продукт длительного хранения, который при несоблюдении технологии производства и хранения может стать опасным для здоровья человека.

При экспертизе качества применялись органолептический, измерительный и расчетный методы и метод балльной оценки.

Отобранные для экспертизы образцы были условно разделены на три группы. Критерием деления являлась страна-производитель продукта:

- 1-я группа — консервы рыбные стерилизованные «Килька неразделанная в томатном соусе кубанском», ОАО «Глубокский молочноконсервный комбинат», филиал «Браславрыба», произведенные в Республике Беларусь по ТНПА Республики Беларусь;
- 2-я группа — консервы рыбные стерилизованные «Килька балтийская в томатном соусе с чили», ООО «КуршүЗеме», произведенные в Латвийской Республике по ТНПА Латвийской Республики;
- 3-я группа — консервы рыбные стерилизованные «Килька балтийская неразделанная в томатном соусе» ООО «РК «За Родину» (Российская Федерация), произведенные по ГОСТ 16078-99.

При осмотре упаковки дефектов обнаружено не было. Этикетки чистые, плотно наклеенные на банку. На всех образцах в пределах первого бомбажного кольца несмываемой краской нанесены знаки условных обозначений. Упаковка всех трех образцов герметична.

Экспертиза маркировки проводилась на соответствие ее требованиям СТБ 1100-2016 «Пищевая продукция. Информация для потребителя» и ГОСТ 11771-93 «Консервы и пресервы из рыбы и морепродуктов. Упаковка и маркировка». Также была проведена экспертиза качества на соответствие образцов Международному стандарту ГОСТ 16978-99 «Консервы рыбные в томатном соусе. Технические условия» по органолептическим и физико-химическим показателям.

Проводилась также балльная оценка качества. Использовалась шкала, разработанная по следующим критериям: вкус, запах, консистенция, цвет и состояние соуса. В оценке участвовали 9 дегустаторов. По результатам балльной оценки наивысший балл получил образец № 2, так как он имеет приятный сладковатый вкус, приятный аромат и нежную консистенцию. Второй результат у образца под № 1 и на третьем месте находится образец № 3.

Подводя итог можно сказать, что качество всех трех образцов примерно одного уровня, несмотря на страну происхождения и независимо от того, по какому техническому нормативному правовому акту они изготовлены. Также были проведены маркетинговые исследования, которые выявили предпочтения потребителей при выборе товара и установлено, что консервы рыбные «Килька в томатном соусе» не являются товаром повседневного спроса и не пользуются большой популярностью у белорусских потребителей.

М.П. Ловец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **О.В. Циунчик** — канд. экон. наук

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ

По мнению большинства экспертных изданий, именно интернет-торговля будет глобальным трендом в области торговли, поэтому компаниям, которые хотят увеличить конверсию и захватить новую долю рынка, необходимо обратить свое внимание на данный сектор.

В целом в мире онлайн-торговля аккумулирует сегодня 7 % всего товарооборота. В развитых странах она занимает 10 %, в развивающихся — 3 %. В Беларуси этот показатель ниже — всего 1,5 % (206 млн долл. США из 13,7 млрд долл. США товарооборота за 9 месяцев 2016 г.). Однако эксперты признают, что официальный показатель 1,5 % можно смело умножить на 3–4 с учетом активности серого рынка в интернете [1].

По прогнозам Apply Logistic Group, в ближайшем будущем рост интернет-торговли не только сохранится, но и ускорится. Пока большинство белорусов выбирают товар в интернете, а покупку совершают офлайн, как правило, рассчитываясь с курьером наличными. Лишь 17 % покупателей расплачиваются карточкой на сайте продавца [1].

Мобильные покупки выйдут на лидирующее место. Компания Forrester прогнозирует, что 46 % мирового населения будут пользоваться смартфонами, следовательно, в ближайшем будущем весьма востребованными окажутся те торговые марки, которые создадут необходимые условия для быстрых и простых мобильных покупок [2].

На данный момент эксперты предлагают ритейлерам ориентироваться на новую целевую группу — поколение Миллениум (Y) [рожденные между 1981 и 1995]. Считается, что данная группа к 2017 г. будет иметь наибольшую покупательскую способность. Данный социальный слой представляет интерес для ритейла по причине того, что они глубоко вовлечены в цифровые технологии. Следовательно, наибольший акцент в маркетинговых стратегиях компаний будет сделан на цифровых каналах.

Интернет и различные онлайн-сервисы являются основными ресурсами для получения информации и планирования покупок в косметическом секторе. Технология искусственного интеллекта и виртуального собеседника (чатбот) активно используется для персонализации покупки косметики.

Дополненная или виртуальная реальность станут более распространенными. Уже сегодня некоторые позволяют своим клиентам виртуально испробовать косметику, не используя ничего, кроме своего смартфона. Все чаще стали появляться онлайн-тестеры косметики [3].

Рынок индустрии красоты — один из наиболее динамично развивающихся сегментов, а также считается едва ли не самым конкурентным. Удивить потребителя чем-то эксклюзивным — задание не из легких, поэтому успех бренда состоит не только в инновациях, но также в качественном обслуживании, реализации грамотной маркетинговой стратегии, правильном продвижении в интернете и социальных сетях.

Литература

1. *Адамов, М. А.* Как онлайн-ритейл повлиял на традиционную торговлю в РБ / М. А. Адамов, П. Н. Береснев // Office life. — 2017. — № 1 (1). — С. 8–11.
2. Ритейл 2016. Тенденции текущего года [Электронный ресурс] // ОДО «ЭНЭКА». — Режим доступа: https://www.eneca.by/ru_retail_2016trends0/. — Дата доступа: 02.04.2017.
3. Цифровое будущее розничной торговли косметикой и средствами личной гигиены [Электронный ресурс] // Новости косметологии. — Режим доступа: <https://cosmetology-info.ru/6714/news-Prognozy-tsifrovogo-budushchego-roznicnoy-torgovli-kosmetikoy-i-sredstvami-lichnoy-gigieny/>. — Дата доступа: 01.04.2017.

Е.А. Никитко
БелГУТ (Гомель)

Научный руководитель **О.В. Морозова** — канд. экон. наук

ОПТИМИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ И УЧАСТНИКОВ ВЭД КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

Торговля между странами всегда играла важную роль для экономик всех государств. По опыту развитых стран видно, что невозможно обеспечить хорошее экономическое положение, находясь в изоляции от остального мира. Непосредственное участие в содействии торговле между странами принимают таможенные органы. Актуальность данной темы заключается в том, что в последнее время роль таможенных органов возросла и основной задачей, возложенной на таможенные органы, является не только обеспечение экономической безопасности страны, но и всестороннее содействие бизнесу.

Таможенные органы осуществляют свою деятельность с целью обеспечения соблюдения таможенного законодательства ЕАЭС, а также упрощения совершения таможенных операций и процедур. Цели, которые преследуют субъекты внешней экономической деятельности (ВЭД), заключаются в ускорении совершения таможенных операций и минимизации затрат. Единой целью, которая является приоритетной во взаимодействии таможенных органов и субъектов ВЭД, является упроще-

ние пересечения таможенной границы Союза и, как следствие, содействии развитию бизнеса.

На пути развития внешней торговли стоит ряд проблем, замедляющих процесс перемещения товаров через таможенную границу ЕАЭС. К одной из основных относится вопрос неправильной классификации товаров в соответствии с единой ТН ВЭД ЕАЭС. Это, действительно, проблема, поскольку субъект хозяйствования самостоятельно определяет код товара и в случае, если при проверки заявленного кода обнаружена ошибка, таможенные органы принимают решение об изменении кода, что приводит к дополнительным временным издержкам. В случае необнаружения ошибки при неправильной классификации товара в отношении товара могут быть уплачены неверные суммы таможенных пошлин, налогов. В этом случае могут пострадать интересы как государства, так и хозяйствующего субъекта.

При перемещении товаров через таможенную границу возникают сложности с определением таможенной стоимости товаров. Одной из причин являются попытки недобросовестных субъектов завысить или занижить таможенную стоимость товаров. Также возникают проблемы у участников ВЭД с незнанием системы определения таможенной стоимости. Из-за неправильного выбора метода определения таможенной стоимости снижается экономический эффект сделки, потому что неверный расчет сумм таможенных пошлин, налогов влечет дополнительные затраты.

Временные издержки являются не менее важной проблемой, стоящей на пути внешней торговли. С целью сокращения очередей на границе в практику введена система предварительного декларирования, которая предполагает уведомление таможенный орган о грузах, которые субъект намеревается перевезти через таможенную границу. При предварительном декларировании таможенный орган принимает заверенные копии коммерческих, транспортных документов, сопровождающих груз, либо информацию из них в электронном виде и после предъявления товаров таможенному органу сопоставляет сведения, содержащиеся в копиях указанных документов, с теми сведениями, которые содержатся в оригиналах, в том числе электронных документов.

Предварительное электронное декларирование значительно облегчает работу как таможенных органов, так и субъектов, поскольку освобождает стороны от бумажной волокиты. Также предварительное декларирование значительно сокращает время прохождения добросовестными субъектами хозяйствования таможенной границы.

Таким образом, цели, которые преследуют субъекты ВЭД и таможенные органы, достигаются путем эффективного и тесного взаимодействия сторон.

В.А. Олексин, Д.А. Пальшенков
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.Б. Пароля-Тесленок

ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

В условиях жесткой конкуренции хозяйствующих субъектов на рынке товаров народного потребления возрастает необходимость развития прогрессивных методов розничной продажи товаров, так как именно она позволяет не только динамично реагировать на изменения в рыночной среде, но и повышать качество жизни за счет своевременного удовлетворения запросов каждого потребителя. В настоящий момент белорусские розничные торговые организации находятся в относительно благоприятных условиях для внедрения прогрессивных методов и форм продаж. Вместе с тем следует отметить, что в Республике Беларусь темпы внедрения этих новшеств довольно низки и отстают от аналогичного показателя других стран. Лидеры розничной торговли в развитых странах Западной Европы, Азии и Америки успешно управляют процессом продажи товара в торговой сети и эффективно стимулируют покупательские возможности потребителя. Они активно используют те результаты инновационного совершенствования торгового маркетинга, которые обеспечивают взаимодействие торговли и покупателя на новом уровне.

Торговые организации Беларуси в большей степени используют традиционные методы продажи, которые в развитых странах постепенно уходят в прошлое, и необходимость внедрения самых современных прогрессивных технологий, видов и схем торгового обслуживания покупателей продиктована самой жизнью. Время меняется быстро, меняет людей, технологии товарооборота, и привычные методы обслуживания и взаиморасчетов быстро уходят в прошлое. Предприниматель-торговец, не думающий о завтрашнем дне, обречен на проигрыш более продвинутым конкурентам. Практика торговли последних десятилетий подтверждает — покупатель ценит свое время, качество товаров и лояльные цены. Этот триединый комплекс запросов покупателя в совокупности обеспечить только самая современная технология и лучшая из имеющихся схем его обслуживания.

Исследования многих западных и отечественных специалистов показали, что приверженцы традиционных магазинов — это выходцы 1970-х гг., что обусловлено ностальгией и эмоциональностью людей этого поколения. Чем моложе население, тем меньшее значение для них имеют реальные покупки, поэтому для успешной реализации инновационных подходов в организации розничной торговли требуется решить проблему органического объединения онлайн-торговли с физической доступностью. Для этого понадобится пересечение новых технологий с уже устоявшимися моделями ведения торговли. Персонал

магазинов нового века должен быть технически вооружен, имея доступ к интернету, владеть навыками и способностями моментально дать информацию покупателю при помощи электронного носителя или сенсорного экрана.

Также при разработке и реализации инновационных форм и методов продаж необходимо учесть, что новое поколение отдает предпочтение онлайн-рекламе, поэтому следует объединить гаджеты с реальной торговлей для предоставления покупателю наиболее полной информации о товарах и широком спектре услуг.

Благодаря интеграции новых и традиционных форм и методов продаж поменяется обстановка в самих магазинах. Так, появится необходимость создания пунктов выдачи онлайн-покупок, которые будут напоминать не просто пункты хранения товаров, а представлять собой места, где можно будет ознакомиться с заказанными товарами, примерить их, проверить их качество и работоспособность.

Среди организаций, которые реализуют инновационные методы и способы реализации товаров, следует назвать магазины-витрины, кафе-магазины, автоматы с пончиками, интерактивные магазины, магазины в вагонах метро, магазины без касс.

Д.В. Паращенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Попов

АССОРТИМЕНТ ПРИБОРОВ И УСТРОЙСТВ ДЛЯ ГЛАЖЕНИЯ

Современный ассортимент устройств для глажки делится на следующие типы в зависимости от конструкции: 1) простые утюги для глажки, 2) утюги для глажки с парогенератором, 3) паровые утюги для глажки.

Простые утюги для глажки практически не встречаются на рынке по причине отсутствия на них спроса, хотя они отличаются высокой надежностью конструкции.

Парогенератор (паровая станция) — это устройство для глаженья белья на современном этапе становится все более популярным среди пользователей. Такая тенденция отмечается представителями многих крупных торговых сетей. Объясняется рост спроса несколькими факторами: потребители постепенно оценивают преимущества и удобства парогенераторов по сравнению с классическими утюгами (в том числе и с функцией подачи пара); свое действие оказывает реклама, создавая моду. Продажи парогенераторов для глаженья белья растут, несмотря даже на их высокую, по сравнению с обычными приборами для глажки, стоимость [1].

Широкий ассортимент парогенераторов представлен в нашей стране под маркой Tefal. Наиболее распространена модель — GV8975 Pro Express X-pert Control которая обладает полностью электронным управлением, имеет пять настроек для разных типов ткани, — пользователь просто нажимает кнопку в зависимости от того, какую ткань он гладит: синтетику, шелк, шерсть, хлопок или лен.

Утюг с парогенератором Philips GC9220/02 PerfectCare интересен за счет высокой степени безопасности глажки самых разных видов тканей (в том числе шелка). Запатентованная технология OptimalTemp позволяет утюгу автоматически подбирать оптимальное соотношение температуры и скорости подачи пара в зависимости от ткани.

Паровые утюги для глажки — это утюги для сухого и влажного глажения с функцией парообразования. Это самый распространенный и наиболее пользующийся спросом вид бытовых утюгов на современном этапе.

Умный паровой утюг REDMOND SkyIron C250S управляется с помощью смартфона. Приложение Ready for Sky позволяет включить или отключить данный утюг, отследить статус работы утюга и даже его положение в пространстве [2].

Особенность утюгов Bosch TDA серии SensorSecure состоит в использовании технологии Active Control. На практике результат применения данной технологии выглядит следующим образом: утюг самостоятельно выключится тогда, когда он будет поставлен на любую ровную поверхность, а рука человека перестанет прикасаться к его ручке.

Классическая гладильная система — это работающие в симбиозе утюг и активная гладильная доска. Активная гладильная доска обеспечивает комфортное глаженье и способствует ускорению и упрощению процесса.

Литература

1. Инновации в утюгах: обзор современных гладильных гаджетов, их возможностей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hi-tech.mail.ru/review>. — Дата доступа: 02.04.2017.
2. Умный утюг REDMOND SkyIron C250S: обзор модели [Электронный ресурс] // Официальный сайт REDMOND. — Режим доступа: <http://redmond.company>. — Дата доступа: 03.04.2017.

Д.И. Радкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Л.С. Климченя** — канд. экон. наук

САЙТ И ЕГО ВОЗМОЖНОСТИ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Огромные потоки информации, высокая скорость жизненных процессов и постоянный рост требований к уровню общего образования не позволяют современному человеку обходиться без надежных и всеобъемлющих источников информации, которые способна предоставить сеть Интернет, являющаяся также великолепным способом коммуникации. Так, использование сайта, размещенного в сети Интернет, в качестве одного из значимых элементов деятельности организации предоставляет возможность не только быстро находить новых деловых партнеров, но и оказывать значительное влияние как на положительный имидж самой организации, так и на осведомленность потребителей о ее товарах и услугах, а также своевременно оказывать информационную поддержку своим клиентам [1, с. 128].

В ходе исследования был проведен анализ сайта ТКУП «Универмаг Беларусь» и выявлены некоторые недостатки. Так, основная часть посетителей (75 %) переходит по прямым запросам, в которых присутствует название универсама, т.е. упускается большой контингент покупателей, которые предпочитают совершать покупки онлайн, но еще не определились с выбором магазина. На сайте размещен большой каталог товаров, однако он не оптимизирован для поисковых систем, а именно: отсутствует файл `sitemap.xml` (важные разделы могут быть не проиндексированы поисковыми системами), недостаточно высока уникальность контента (40 %), нет текстов на категориях товаров, а страницы фильтров, которые не несут полезной нагрузки для поисковой системы, доступны для индексации. Кроме того, по умолчанию товары, имеющиеся в наличии, не выходят в начало списка, что ведет к тому, что пользователь может посчитать, что в категории нет товаров в наличии. На странице карточки товара отсутствует важная для покупателя информация. Исходя из результатов проведенного опроса, посетители сайта желают видеть на странице карточки товара, помимо его описания, также отзывы (37,5 % всех опрошенных), форму обратной связи (25 %), сопутствующие товары (17,5 %), а также условия доставки (20 %) — и все это важно представить в удобном виде на одной странице. Сайт также не обладает способностью подстраиваться под мобильные устройства, что значительно снижает его конверсию и приводит к понижению позиций в поисковых системах. Эти и другие недочеты не позволяют сайту привлечь достаточное количество посетителей пользователей из поисковых систем. В связи с этим продажи не выходят

на желаемый уровень, в том числе из-за низкой конверсии посетителя в покупателя. Если данные факторы оптимизировать, сайт может получить довольно большое количество посетителей из поисковых систем и, соответственно, больше потенциальных покупателей.

Таким образом, в целях устранения выявленных недостатков необходимо провести ряд мероприятий в области SEO-оптимизации, и, как показали проведенные расчеты, через шесть месяцев в ТОП-10 будет находиться 90 % определенных поисковых запросов, по которым сайт посетит более 4500 пользователей, из которых покупателями реализуемой в интернет-магазине продукции станут 90 чел. (при этом следует отметить, что показатель конвертации в расчетах был принят за самую малую величину — 2 %). Через полгода универмаг благодаря проведенным мероприятиям по поисковой оптимизации сайта сможет оформлять дополнительно более 300 новых продаж. Впоследствии поток посетителей будет стабильным и дальнейшая работа над исследуемым сайтом будет влиять только на увеличение данного потока.

Литература

1. *Годин, А. А.* Интернет-реклама : учеб. пособие / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. — М. : Дашков и К^о, 2010. — 168 с.

А.А. Руденко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **С.Л. Флерко** — канд. экон. наук

ОФШОРЫ — «ЗА» И «ПРОТИВ»

С юридической точки зрения офшорная организация — полноправный участник рынка и может совершать сделки наравне с другими предприятиями. Главная особенность такой организации — ее нерезидентский статус [1].

Отметим, что в офшорных зонах Ирландии и Либерии налоги не взимаются; в Швейцарии взимаются, но явно низкие; в офшорных зонах Лихтенштейна, Антильских островов и Панамы в момент регистрации фирм в качестве налога выплачивается единая сумма. В таких зонах обычно также взимаются ежегодные регистрационные взносы компаний, сборы за предоставление банковских и страховых лицензий, лицензий на трастовую деятельность. Можно также добавить, что если в Ирландии, Швейцарии от офшорных компаний требуется лишь минимальный бухгалтерский учет, то на Антильских островах, в Либерии, Панаме, Лихтенштейне отсутствует даже такое требование [2].

Преимущества использования офшорных зон:

- возможность перенесения части издержек в районы с низкими налогами;

- возможность аккумулировать большую часть выручки от экспортно-импортных операций в офшорных зонах путем внутрифирменных операций, тем самым избегая значительных налоговых выплат;

- возможность перераспределять и реинвестировать доход;
- использование преимуществ устранения двойного обложения;
- осуществление оптовых закупок непосредственно у иностранных производителей.

Простейшей схемой офшорных операций выступает принцип, в соответствии с которым обязательному налогообложению подлежат те доходы, источник которых находится на территории данного государства. Следовательно, расположение источника доходов за рубежом исключает его из сферы налоговой ответственности в данной юрисдикции. Такие схемы свойственны посредническому, внешнеторговому, консультационному бизнесу и другим отраслям хозяйствования.

В офшорных схемах большое значение имеет освобождение от НДС имущества, которое ввозится в счет формирования уставных фондов предприятий с иностранным участием, что стимулирует импорт капиталоемкого оборудования, товаров для последующей продажи без потерь от НДС. Офшорный бизнес разносторонен и обоюдно выгоден обеим его сторонам. В нем, как видно из перечня стран и территорий, задействованных в офшорной юрисдикции, заинтересованы прежде всего страны с постколониальной экономикой, посттоталитарной (переходной) экономикой, в том числе страны СНГ и бывшего социалистического лагеря, а также страны с неравномерным хозяйственным развитием экономики и с маленькими объемами внутреннего валового продукта.

Таким образом, офшорные зоны — это один из самых распространенных и эффективных видов налоговых убежищ. Жесткое налоговое законодательство любого государства автоматически побуждает бизнесмена искать пути легального планирования налогов. А это вызывает появление соответствующего рынка услуг. Легальное планирование налогов — не просто хорошо поставленный бухгалтерский учет и правильное составление отчетных балансов, а законная возможность либо не платить никаких налогов вообще, либо свести их уровень к минимальному по сравнению с уровнем действующих ставок.

Литература

1. Офшор [Электронный ресурс] // Онлайн энциклопедия Википедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Офшор>. — Дата доступа: 01.04.2017.

2. Offshore Leaks Database [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://offshoreleaks.icij.org/>. — Дата доступа: 01.04.2017.

В.А. Савицкий, Р.Д. Таболин
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **О.Б. Пароля-Тесленок**

БЕЗРАБОТИЦА МОЛОДЕЖИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Одной из главных социально-экономических проблем развития общества Республики Беларусь является безработица. Как известно, согласно Закону Республики Беларусь «О занятости населения Республики Беларусь», «безработица — это явление в экономике, при котором часть трудоспособного населения, желающая работать на условиях трудового, гражданско-правового договоров или заниматься предпринимательской деятельностью, деятельностью по оказанию услуг в сфере агротуризма, ремесленной деятельностью, не может применить свою рабочую силу» [1].

В Беларуси молодежная безработица по состоянию на 1 января 2016 г. составляет 2058,2 тыс. чел.

Молодежь в Республике Беларусь является население в возрасте от 14 до 31 года. Наиболее многочисленная возрастная группа среди молодежи — люди в возрасте 25–30 лет — 917 тыс. чел., или 44,5 % общей численности молодежи на начало нынешнего года. Люди в возрасте 20–24 года составляют 28,8 %, 18–19 лет — 8,8 %, 14–17 лет — 17,6 % [2].

В Республике Беларусь молодежь до 25 лет составляет 56 % общей численности безработной молодежи, в том числе в возрасте 16–17 лет — 3 %, 18–19 лет — 12 %, 20–24 года — 44 %. Высокий уровень безработицы отмечался в возрастных группах 20–24 года (44 % численности безработной молодежи и 10,9 % общей численности безработных) и 25–29 лет (41 % численности безработной молодежи и 10,2 % общей численности безработных) [1].

Сегодня проблема безработицы среди молодежи объясняется тем, что рынок продолжает испытывать дефицит квалифицированных кадров. Еще одна проблема исходит от самого молодого специалиста и его ожиданий от первой работы: он предполагает, что ему будут платить высокую заработную плату, социальный пакет и еще предложат уютный офис.

Для того чтобы преодолеть данные проблемы, необходимо:

1. Совершенствовать подготовку в вузах. Создать такую систему подготовки, которая дала бы студенту теоретические знания и практические умения.

2. Создать систему субсидирования предприятий и организаций, а также стимулирования работодателей, которые будут принимать на работу молодежь.

3. Разработать программы поддержки и развития молодых предпринимателей. Здесь нужен акцент на молодежь — выпускников вузов

(чтобы уже на выпускных курсах они предлагали свои бизнес-планы и к моменту выпуска получали поддержку Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей).

4. Усилить борьбу с коррупцией при приеме на вакантные престижные должности на предприятиях, в крупных организациях и органах государственного управления.

Литература

1. Ковальчук, Е. А. Безработица среди молодежи в Беларуси / Е. А. Ковальчук, И. С. Куликина // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы IX междунар. науч.-практ. конф. студентов, Минск, 13–14 апр. 2016 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г. А. Короленок (пред.) [и др.]. — Минск, 2016. — С. 203–205.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/socialnaya-sfera/demografiya_2/metodologiya-otvetstvennye-za-informatsionnoe-s_2/. — Дата доступа: 06.04.2017.

О.А. Стасевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.В. Кармызов**

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И ДИНАМИКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Одной из важнейших социально-экономических подсистем общества, главное предназначение которой поддержание оптимальных пропорций между производством и потреблением, спросом и товарным предложением и удовлетворение на этой основе материальных, духовных и социальных потребностей населения, является потребительский рынок. Его состояние отражает степень развития экономики, достижения промышленности и сельского хозяйства в производстве товаров народного потребления, уровень жизни народа [1].

Вместе с тем показатели состояния не способны отразить весь спектр тенденций развития рассматриваемого сегмента экономики, поэтому важно корректно оценивать не только текущее состояние, но и динамику изменения потребительского рынка, а также его основные тенденции и проблемы.

Целью данной работы является обоснованная аксиомами фундаментальной науки оценка динамики развития потребительского рынка за последние 10 лет.

В рамках настоящего исследования проведен анализ показателей, формируемых Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь, с целью выявления основных из них, отражающих исчерпывающее количество сторон состояния потребительского рынка. По ито-

гам анализа определены показатели, включенные в модель следующего вида:

$$A = \sqrt[5]{I_1 \cdot I_2 \cdot I_3 \cdot I_4 \cdot I_5}, \quad (1)$$

где I_1 — индекс физического объема розничного товарооборота непродовольственных товаров в сопоставимых ценах; I_2 — индекс физического объема розничного товарооборота продуктов питания в сопоставимых ценах; I_3 — индекс реальных располагаемых денежных доходов населения, % к предыдущему году; I_4 — индекс количества индивидуальных предпринимателей и микропредприятий; I_5 — индексы инвестиции в основные средства в сопоставимых ценах по секции G.

Значение вышеуказанных показателей за 10 лет

Показатель	Год									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
I_1	112,7	116,3	104,0	112,7	105,0	113,5	111,2	105,3	99,6	98,1
I_2	123,2	133,4	102,6	122,9	128,7	116,1	125,2	107,5	97,8	93,8
I_3	113,1	111,8	103,7	114,8	98,9	121,5	116,3	100,9	94,1	92,7
I_4	142,4	140,0	112,6	106,6	103,2	102,5	101,2	94,2	91,4	98,5
I_5	113,9	146,2	83,4	118,2	145,6	100,7	112,2	102,9	52,9	65,7
Интегральный показатель	120,6	128,8	100,8	114,9	115,0	110,6	112,9	102,1	85,0	88,8

Из рассчитанных показателей можно сделать выводы, что потребительский рынок за последние 10 лет развивался разнонаправленно; в 2007–2014 гг. имел место весьма стабильно замедляющийся рост; в 2009 г. на экономике Республики отразился мировой экономический кризис, а в последние 2 года наблюдается стагнация потребительского рынка (совокупное падение составило более 25 %), что наглядно отражено на графике (см. рисунок).



Динамика интегрального показателя

Литература

1. Прыгун, И. В. Состояние, проблемы и направления совершенствования потребительского рынка Республики Беларусь [Электронный ресурс] / И. В. Прыгун // Исследование потребительского рынка : материалы семинара для студентов, магистрантов и аспирантов, Минск, 17 мая 2003 г. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2003. — С. 5–9. — Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/29651>. — Дата доступа: 05.04.2017.

2. Экономика организаций торговли : учеб. пособие / под ред. Р. П. Валевич, Г. А. Давыдовой. — Минск : БГЭУ, 2010. — 671 с.

К.М. Сухалет
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Р.П. Валевич** — канд. экон. наук

ВОЗМОЖНОСТЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СРАВЕДЛИВОСТИ В ХОДЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РАССЛЕДОВАНИЯ

Возникновение и развитие глобальной экономики положило начало развитию производственной, торговой, финансовой, обслуживающей и других видов деятельности, осуществляемых в сетевом формате. Торговые сети являются своего рода компасом и полигоном, определяющим направления развития конкуренции и эффективность инновационного развития.

В деле развития сетевого бизнеса в торговле появляются претензии к нему: поставщики товаров и стационарная сеть считают, что сети приобретают черты монополистов. Действительно, в целях получения конкурентного преимущества сети не только налаживают взаимовыгодные отношения с поставщиками, но одновременно и диктуют им условия сотрудничества, опираясь на собственную силу и влияние [1].

Видоизменение отношений розничных торговых сетей и производителей ведет к переходу от цепей поставок, регулируемых производителями, к построению цепей поставок, регулируемых покупателями. Сети намеренно формируют собственные цепи поставок, что позволяет им регулировать их параметры и воздействовать на них, заставляя предприятия, входящие в данную структуру, подчиняться сложившимся условиям распределения финансовых ресурсов. Работа с розничными торговыми сетями стала выгодной за счет объемов и устойчивости продаж, и наличие товаров производителя на полках ведущих сетей стало одним из действенных путей формирования положительного имиджа на рынке [2].

Реформация отношений и нарушения равновесия рыночной власти привели к тому, что появилась необходимость активизации работы антимонопольных органов и проведения расследований по поводу обретения субъектами хозяйствования доминирующего положения на рынке.

В некоторых регионах доминирующее положение тех или иных сетей не всегда правомерно считать монопольным: сети могут выступать своего рода градообразующими предприятиями — они создают рабочие места и выполняют функцию удовлетворения потребностей; они пришли на свободный рынок и стремятся выполнить свою основную цель, тем самым обеспечивая повышение качества жизни региона.

Вместе с тем в ходе такого расследования необходимо обеспечить защиту интересов всех участвующих сторон. При проведении двустороннего расследования в каждом отдельном случае требуется глубокая и разносторонняя информация (опросы и дополнительные исследования по факту допущенных нарушений — например, рассмотрение дела с точки зрения понесенных убытков и приобретенных дополнительных выгод). Защита поставщиков от дискриминационных действий сетей может осуществляться посредством и других методов государственного воздействия (реализация программы импортозамещения и др.). Следует понимать, что действия сети по отношению к поставщику могут иметь под собой и серьезные основания: если товар производителя плохо реализуется на рынке, то во избежание потерь сеть может выдвигать особые требования в отношении невостребованного товара, именно потому существует необходимость модификации механизма проведения антимонопольного расследования для каждого конкретного случая. Обеспечение равноправного состояния субъектов на рынке и с учетом мирового опыта можно путем введения в практику финансовой поддержки друг друга, что в изменяющихся рыночных условиях предоставит потребителям большую возможность выбора товара по цене, которая соответствовала бы цене его трудовых усилий.

Совершенствование законодательной базы по пути обеспечения социальной справедливости станет опорой для антимонопольного расследования всем участникам хозяйственного процесса. Это является необходимостью, так как все стороны должны понимать свою социальную ответственность с точки зрения качества исполнения своих функциональных обязанностей и четкого соответствия действующему законодательству, а также быть осведомленными о возможном наказании за допущенные нарушения.

Литература

1. Андреева, Л. В. Проблемы соотношения государственного регулирования и саморегулирования торговли / Л. В. Андреева // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. — 2016. — № 2. — С. 348–358.

2. Радаев, В. В. Что требуют сети от своих поставщиков: эмпирический анализ / В. В. Радаев // Экономическая политика. — 2009. — № 2. — С. 58–80.

И.А. Тимохова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **С.Л. Флерко** — канд. экон. наук

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Швейцарский журналист, политолог и экономист в сфере здравоохранения Герхард Кохер говорил: «Фармацевтическая индустрия есть искусство превращать миллиграммы в миллиарды». И действительно, медицина и фармацевтика уже много лет являются одним из самых прибыльных секторов в экономике любой страны. Мировой фармацевтический рынок является также одним из наиболее быстрорастущих.

Активное замещение импортных лекарств их белорусскими аналогами наблюдается в Беларуси на протяжении последних 9 лет. Еще в 2008 г. в нашей стране был взят курс на импортозамещение в фармакологии. В 2008 г. в Беларуси реализовывалось только 550 наименований отечественных лекарственных препаратов, а сейчас их 1,6 тыс. В 2016 г. отечественные лекарства составили 52 % общего объема реализации на внутреннем рынке.

В 2016 г. объем фармацевтического рынка Беларуси составил 636,8 млн долл. США, это на 4 % меньше, чем в 2015 г. Сокращение рынка в стоимостном выражении обусловлено уменьшением импорта более чем на 2 % в связи с выводом собственных импортозамещающих препаратов, а также сохранением цен на отечественную продукцию на фоне изменения курса доллара. 70 % произведенных лекарств обеспечивают государственные фармацевтические предприятия [1].

Несмотря на множество положительных результатов и достижений в импортозамещении лекарственных препаратов, в этой области имеется ряд проблем и спорных моментов.

Беларусь — страна дженериков. Это непатентованные лекарственные препараты, которые являются воспроизведением оригинального лекарства и на действующее вещество которых истек срок патентной защиты. Их огромный плюс — снижение затрат государства, так как при введении в клиническую практику аналогов не нужно проводить длительные и дорогостоящие исследования, а можно просто «скопировать» препарат, над которым уже проводились всяческие эксперименты. Минус — дорогостоящие исследования, доказывающие терапевтический эффект лекарства и эквивалентность оригинальному лекарственному средству. Компании крайне редко занимаются их проведением. Испытания ведутся на небольшом количестве человек — всего 20–30, поэтому доказать терапевтический эффект на таком количестве пациентов невозможно.

Со вступлением Беларуси в ВТО отечественная фармацевтическая промышленность может также столкнуться с большими проблемами. Мы должны будем открыть свой рынок для дешевых дженериков из

стран Азии, которые смогут полностью подавить белорусскую фармацевтику [2].

Можно сказать, что мы добились значительных положительных результатов в импортозамещении лекарственных средств. Основная проблема заключается именно в несовершенной долгосрочной политике в сфере фармацевтики. Уже несколько лет назад необходимо было задуматься о перспективах вхождения в ВТО, а также о разработке своих инновационных препаратов, занимаясь ими параллельно с дженериками, ведь белорусские ученые обладают достаточной квалификацией и необходимыми навыками для того, чтобы успешно разрабатывать отечественные инновационные лекарственные препараты.

Литература

1. Объем фармынка Беларуси в 2016 году уменьшился на 4 % до \$636,8 млн [Электронный ресурс] // Информационное агентство *interfax.by*. — Режим доступа: <https://www.interfax.by/news/belarus/1221740>. — Дата доступа: 01.04.2017.

2. *Листопадов, В.* Почему белорусские ученые не хотят изобретать оригинальные лекарства [Электронный ресурс] / В. Листопадов // *Завтра твоей страны*. — Режим доступа: <https://news.tut.by/society/497931.html>. — Дата доступа: 02.04.2017.

О.В. Филипович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Н.П. Матвейко** — д-р хим. наук

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ШАМПУНЕЙ

Шампуни подлежат обязательному подтверждению соответствия требованиям технических нормативных правовых актов (ТНПА). В Республике Беларусь действует ряд ТНПА, регламентирующих требования к качеству шампуней, важнейшим из которых является технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».

Цель наших исследований — определить основные показатели безопасности шампуней: содержание тяжелых металлов и хлоридов, рН водных растворов.

Для исследований и оценки соответствия показателей безопасности требованиям ТНПА случайным образом выбраны десять образцов шампуней, представленных рынком Республики Беларусь.

Определение тяжелых металлов (Zn, Cd, Pb, Cu, Hg) проводили методом инверсионной вольтамперометрии на анализаторе марки ТА-4 с помощью индикаторных электродов из амальгамированного серебра и сплава золота 583 пробы. Содержание хлоридов определяли методом

прямого титрования растворов проб шампуней стандартным раствором нитрата серебра в присутствии хромата калия. Индикатор — водно-спиртовой раствор метилового красного. Определение водородного показателя рН 10 %-ных водных растворов шампуней проводили с помощью рН-метра марки «рН – 150 М».

Установлено, что во всех изученных образцах шампуней содержится два микроэлемента: цинк и медь, а также токсичный элемент свинец. Больше всего в образцах шампуней содержится цинка: от 6,8 до 13,9 мг/кг. Содержание меди приблизительно в 9–150 раз меньше, чем содержание цинка. Содержание свинца в шампунях также невелико и изменяется от 0,22 до 0,54 мг/кг. При этом содержание свинца в изученных образцах шампуней в 5–22 раза меньше допустимого уровня, нормируемого ТНПА. Кадмий в незначительных количествах (0,008–0,017 мг/кг) обнаружен лишь в трех из восьми изученных образцов шампуней. Ртуть также обнаружена лишь в трех образцах шампуней. При этом содержание ртути в 2,5–50 раз меньше допустимого уровня этого элемента, нормируемого ТНПА.

Содержание в шампунях хлоридов изменяется от образца к образцу от 1,56 до 5,03 мас. %, однако для всех изученных образцов не превышает норму, регламентируемую ТНПА.

Водородный показатель рН 10 %-ных водных растворов шампуней изменяется от 4,98 до 7,25. Для шести образцов шампуней 10 %-ные водные растворы имеют среду, близкую к нейтральной, а для двух образцов шампуней более характерна слабокислая среда. При этом для всех изученных образцов шампуней водородный показатель рН их 10 %-ных водных растворов не выходит за интервалы, регламентируемые ТНПА.

Для того чтобы определить наиболее безопасный образец изученного шампуня, проведена сравнительная оценка уровня их качества с учетом всех определенных в ходе исследования единичных показателей безопасности. С этой целью выполнен расчет среднего взвешенного арифметического показателя качества каждого образца шампуня. Коэффициенты весомости устанавливали методом Пэнтла. На основании значений единичных показателей безопасности и их коэффициентов значимости рассчитали абсолютные значения среднего взвешенного арифметического показателя для каждого образца шампуня. Поскольку для расчета комплексных показателей использовали единичные показатели безопасности, то, чем выше значение комплексного показателя, тем ниже уровень качества шампуня. Установлено, что наименьшее значение комплексного показателя качества имеет энергетический гель-шампунь для волос и тела «Cool Men». Это значит, что данный шампунь имеет наиболее высокий уровень качества среди всех изученных шампуней. Наиболее низкий уровень качества характерен для образца шампуня «АХЕ darktemptatin. Revitalizing shover gel».

Н.А. Циркунова, А.В. Швайчук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.Н. Зоткина

РОЛЬ ШТРИХ-КОДА В ОПТИМИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ

К основным преимуществам штрих-кода относят скорость считывания, точность и целостность данных, простоту внедрения, высокую рентабельность.

Для выявления этих достоинств на практике и для анализа роли штрих-кодирования в оптимизации торговли было проведено анкетирование работников магазина «Гаспадарчыя дробязі» и ОАО «Белхозторг» г. Минска, а также анкетирование студентов БГЭУ в качестве потребителей.

В ходе анкетирования среди 9 продавцов и 1 заведующего секцией магазина выяснилось, что штрих-код упрощает работу с товаром благодаря своей информативности (60 %). Недостатков в системе кодирования не обнаружилось, но они имеются в самом нанесении (штрих-код стирается и не читается сканером). Именно этот недостаток хотели бы устранить 80 % опрошенных.

По мнению 8 товароведов и 2 заведующих складом ОАО «Белхозторг», главными достоинствами штрихового кодирования являются информативность (50 %) и автоматизированная инвентаризация (30 %). Главными же недостатками являются истираемость в ходе хранения (70 %) и дороговизна сопутствующего оборудования (30 %), которые хотели бы устранить большинство опрошенных. Также опрошеными была отмечена незаменимость штрих-кода при учете и контроле товарных запасов, проведении инвентаризации.

При анкетировании 50 студентов было выявлено, что лишь 26 % из них при выборе товара обращают внимание на штрих-код, а для получения информации о товаре к штрих-коду прибегает и того меньше — только 14 %.

На основании проведенного исследования можно утверждать, что применение штрих-кодов значительно оптимизирует процесс труда работников торговли, так как:

- сокращает время обслуживания покупателей;
- позволяет значительно ускорить и автоматизировать все торговые процессы;
- позволяют на основе проведения «скользящих инвентаризаций» сразу же оформлять заказ на определенные товары;
- появляется возможность постоянного учета товара и проведения учетной политики.

Следует отметить, что большинство покупателей не обращают внимания на штрих-код лишь потому, что не подозревают о его потенциале. Необходимо применять более надежные способы нанесения, не подверженные истиранию. Большая стойкость обеспечит возможность рас-

ширенного применения штрих-кода, придаст ему большую функциональность.

Литература

1. Штриховое кодирование: виды и области применения [Электронный ресурс] // Банк рефератов, сочинений, докладов, курсовых и дипломных работ. — Режим доступа: <http://xreferat.com/33/1466-1-shtrihovoe-kodirovanie-vidy-i-oblasti-primeneniya.html>.

2. Аналитика в торговле [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://atrade.info/barcode.html>.

3. Технология штрихового кодирования: формирование штрих-кодов, преимущества, сферы применения [Электронный ресурс] // Инсотел — продажа сетевого и серверного оборудования. — Режим доступа: <http://www.insotel.ru/article.php?id=193>.

Секция 10

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Л.А. Живицкий, Е.Д. Дубровская

БГЭУ(Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СВЯЗЕЙ В САНАТОРНО-КУРОРТНОМ СЕГМЕНТЕ ТУРИНДУСТРИИ БЕЛАРУСИ

В настоящее время в санаторно-курортном комплексе Беларуси представлены уже исчерпавшие свою актуальность в маркетинговом плане подходы. Услуги санаториев с советской организацией пытаются разнообразить введением спа-комплекса, но данные попытки не являются удачными. Проблема заключается в том, что копируется способ предоставления спа-услуг по европейскому типу без внесения каких-либо изменений, акцентирующих местные корни, что не увеличивает конкурентоспособность. В то же время существует множество примеров, где национальные и религиозные практики стали прототипом турпродукта: буддистские оздоровительные практики в Юго-Восточной Азии, римские традиции использования терм в спа-курортах Европы и т.д. Мы видим актуальным внедрение в организациях санаторно-курортного комплекса услуг с тематикой язычества. Это будет актуальным, так как «двоеверье» на территории Беларуси сохранялось до начала XX в., а отдельные элементы языческой культуры существуют до сих пор.

Одну из главных ролей в создании конкурентоспособности играет маркетинговая уникальность, т.е. способность предприятия создавать самобытные и запоминающиеся туристические впечатления, комплексно и особым образом удовлетворяющие туристические потребности.

На территории учреждений, готовых предоставлять подобный турпродукт, возможно проведение тематических мероприятий, имеющих в основе языческую обрядность: Масленица, Коляды, отпугивание Лешего или Водяного.

Добавит красочности и архитектурное обустройство таких санаториев. Возможно оформление территории санаториев с языческой направленностью: идолы и статуи языческих божеств, образы домового, строительство искусственных фонтанов и скульптурных композиций.

Помещения, в которых оказывают лечебно-оздоровительные услуги, можно превратить в так называемые «санктуарии» с сакральной

и интимной атмосферой. Этого можно достичь за счет продуманной организации пространства, мебелировки и цветовой гаммы, освещения, легкой ароматизации и декоративных элементов интерьера.

Существующие виды процедур стоит обогатить за счет традиционной народной медицины. Данный ход поможет санаторию выделиться из списка учреждений, предлагающих однотипные процедуры. В комплекс специфических процедур можно включить апитерапию и гирудотерапию.

Организовав необычный прием русской бани, добавив необходимый антураж, можно добиться не только положительного медицинского эффекта, но и создания неповторимых туристических впечатлений. Комплекс процедур можно дополнить и нетипичными медицинскими практиками: хождение по росе, траве, снегу на специально выделенной для данных целей территории.

На наш взгляд, имеются два пути внедрения подобного продукта в деятельность санаторно-курортного комплекса: 1) внедрение в уже имеющихся санаториях с подходящей спецификой и создание новых санаториев; 2) создание санаторно-курортного кластера, в составе которого будет один крупный санаторий и несколько мелких агроусадб с таким нетипичным профилем, ведь в классическом понимании курорт состоит из санатория-центра и разнообразных объектов, которые притягиваются к нему.

Необходимо заметить, что указанные решения проблемы конкурентоспособности предлагаются в первую очередь для внедрения в организацию агроусадб как наиболее мобильных игроков отечественного туристического рынка.

Литература

1. Культура восточных славян как потенциальный тренд в индустрии спа и велнеса [Электронный ресурс] // ResearchGate. — Режим доступа: <https://www.researchgate.net>. — Дата доступа: 10.05.2017.

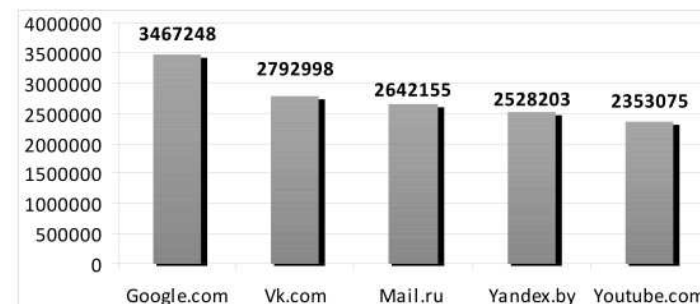
М.Н. Зайцева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **П.А. Литвинов**

ВИДЕОРОЛИКИ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Современность невозможно представить без социальных сетей. Эти «рычаги» каждый день оказывают на нас непосредственное влияние, изменяя ход мыслей людей и их предпочтения. Согласно данным, размещенным на сайте marketing.by, белорусы чаще всего посещают такие интернет-страницы, как Google.com, Vk.com, Mail.ru и Yandex.by [1].

Замыкает пятерку самых посещаемых белорусами страниц Youtube.com. В 2006 г. Google купил YouTube, благодаря чему сайту удалось добиться всеобщего признания и стать популярнейшей площадкой (см. рисунок).



Самые популярные сайты, посещаемые белорусами

В то же время авторы YouTube стали мощным триггером, влияющим на культурную среду. Это ведущая видеоплатформа, формирующая современный контент, который позволяет эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией и, что немаловажно, дает возможность влияния на развитие и регулирование национального туризма. Видеоролики — один из самых эффективных способов презентации своей страны. Обычно презентационные ролики занимают 2–3 мин, чего вполне достаточно для достижения необходимого эффекта при условии качественной разработки данного рекламного продукта.

В Беларуси используются различные пути разработки демонстрационных роликов и в целом промоушена. Например, в 2015 г. Мингорисполком объявил конкурс с призом в 15 000 долл. США за разработку 3–5-минутного ролика, способного «раскрыть многогранный потенциал г. Минска для делового туризма» [2]. Еще один пример работы — это рекламное видео о Беларуси, которое заказало у студии Varvis Национальное агентство по туризму [3]. На данный момент уже создан целый ряд презентационных роликов различного уровня и тематики.

Установление безвизового порядка въезда и выезда граждан 80 иностранных государств уже оказало положительное влияние на развитие въездного туризма, активизацию международного сотрудничества, торгово-экономических отношений. Это актуализирует вопрос активизации рекламы туристических возможностей страны. В данной ситуации необходима разработка ряда роликов, которые продемонстрируют не только красивый видеоряд, но и многогранность, и индивидуальность страны. Также необходимо активизировать работу по продвижению туристического потенциала Беларуси за рубежом в рамках выставок, презентаций, организации пресс- и ознакомительных туров с использованием видеоматериалов.

Важным инструментом также является блоггинг. С появлением YouTube блогеры начали собирать подписчиков, постепенно увеличивая свою сферу влияния. Блоги и социальные сети сегодня оказывают огромное воздействие на формирование общественного мнения, большее, чем традиционные СМИ. Это означает, что очень важно сделать видеоролик ведомым, загружая его во всевозможные социальные сети и платформы.

Таким образом, качественно снятое видео, информативное, обладающее смысловой нагрузкой и эффектом привлечения, при условии грамотного продвижения с использованием всех возможных инструментов сети Интернет — это ключ к дальнейшему развитию и успешному росту национального туризма.

Литература

1. Топ-30 сайтов по охвату в Беларуси [Электронный ресурс] // Marketing.by. — Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/top-30-saytov-okhvatv-belarusi/>. — Дата доступа: 06.04.2017.

2. «Захотелось снять что-то прикольное, человеческое, живое» — минчанин создал видео о лучшей стороне любимого города [Электронный ресурс] // Онлайнер. — Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2015/10/02/minsk-43>. — Дата доступа: 05.04.2017.

3. Новый промо-ролик о Беларуси: легенда о папараць-кветке, два Минска и одинокий рыцарь в лесу [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. — Режим доступа: <http://www.kp.by/daily/26634/3652993/>. — Дата доступа: 06.04.2017.

М.В. Козловская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Ф. Волонцевич — канд. экон. наук

ФОРМАТ СЕМЕЙНОГО РЕСТОРАНА: ОСОБЕННОСТИ ПРИСУТСТВИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ РАСШИРЕНИЯ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ

Сегодня рестораторы всего мира стремятся расширить ассортимент предоставляемых услуг и, казалось бы, готовы к любым пожеланиям клиента, однако в формате семейного ресторана далеко не все так радужно. Ответ на вопрос «что такое семейный ресторан?» неоднозначен, четко сформулированного понятия не существует. По общему определению это ресторан, специализирующийся на предоставлении услуг для отдыха семей с детьми: специальное детское меню, игровая комната, развлекательная программа для всех членов семьи. Это требует специального оборудования, посуды, персонала.

В Беларуси рестораторы, как правило, стараются хотя бы минимально уделить внимание ребенку (сувенир при входе, карандаши и

раскраски), а в некоторых заведениях имеются аниматор или так называемый baby sitter, детская комната. Есть первые примеры комплексного подхода — «кафе для всей семьи» Family Club, где даже есть возможность привезти коляску с собой в зал. Тем не менее пока что нельзя утверждать, что в Беларуси есть заведения, которые с полной уверенностью могут называться «семейным рестораном» или «детским кафе». Подобная проблема вызвана рядом причин. К примеру, тем, что обеспечение досуга ребенка — процесс, требующий многогранного рассмотрения. Достаточно сложно учесть все нюансы и интересы всей семьи, что заставляет рестораторов оставить данный сегмент без должного внимания.

В зарубежной практике формат семейного ресторана более сформирован: практически в любом заведении помимо детского меню и игровой комнаты можно найти пеленальный столик, специальную мебель; официанты рады видеть маленьких гостей, а интерьер и планировка позволяют ребенку играть. Вместе с тем и там есть недостатки: встречается ограничение времени прихода с детьми, неадаптированное меню. При наборе в поисковой системе «kids-friendly restaurant» с добавлением названия европейского города, обнаруживается, что даже в Лондоне и Париже подобных заведений не многим более 20. Как ни странно, наилучшим образом ориентированы на семьи с детьми сети фастфуда.

Ввиду относительной развитости в Европе данного направления наиболее предпочтительным для его расширения в нашей стране видится франчайзинг. На сайте ассоциации франчайзеров и франчайзи Беларуси нами было найдено только одно заведение, предлагающее детскую игровую комнату — немецкий ресторан быстрого обслуживания «Grillmaster» [1]. Поэтому мы считаем, что стоит искать возможности приобретения франшизы среди иных, пока что не востребованных в нашей стране заведений, расположенных за рубежом.

В настоящее время не существует крупных сетей кафе и ресторанов для всей семьи, что обусловлено узостью формата. Однако за рубежом существуют все-таки подобные сети. К примеру, в США сеть ресторанов «Claim Jumper» (45 ресторанов в 8 штатах). Здесь гостям предлагают необходимую материально-техническую базу, хорошо подобранное детское меню, есть возможность интерактивного участия в приготовлении блюд, уж не говоря о приветственном бесплатном соке и фруктах [2]. Еще один пример, ниже уровнем, но более близкий к нам территориально — сеть кафе «Sphinx» (Польша), включающая около 100 точек. В нем также есть игровая комната с аниматором, разнообразное детское меню, мебель, различные подарки для маленьких посетителей. Можно заполнить специальный формуляр и стать полноправным членом «клуба друзей», который ежегодно (до 12 лет) поздравляет ребенка с днем рождения, дарит подарки, предоставляет скидки на организацию дня рождения и позволяет участвовать в акциях от кафе [3].

Таким образом, можно сказать, что такой нестандартный формат, как семейный ресторан, постепенно набирает обороты в нашей стране,

однако требуется длительная работа над обслуживанием и предоставляемыми услугами. Такой способ расширения, как франчайзинг, позволит быстрее насытить рынок и лучше удовлетворить желания потребителя.

Литература

1. Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belfranchising.by/>. — Дата доступа: 02.04.2017.
2. Claim Jumper. Restaurant & Saloon [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://claimjumper.com/>. — Дата доступа: 02.04.2017.
3. Sphinx [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sphinx.pl/>. — Дата доступа: 02.04.2017.

Е.В. Леонова, Ю.Ю. Руденкова
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **П.А. Литвинов**

АКТУАЛЬНОСТЬ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ТУРИЗМЕ

Мы живем в современном высокодинамичном мире. В век информатизации социума именно IT-технологии позволяют сэкономить максимум времени. Вместе с тем жизнь в ускоренном темпе утомляет человеческий организм, что вызывает потребность в рекреации, увеличивающуюся с каждым годом. Этим обусловлены и масштабы развития туризма последних десятилетий, в том числе технологичность организации путешествия. Во время планирования поездки возникают такие трудности, как выбор странового направления, средств размещения, бронирование билетов, языковой барьер. Благодаря современным технологиям с данными проблемами помогают справиться мобильные приложения.

Мобильные технологии играют очень важную роль в туристической сфере. Эксперты выделяют следующие основные катализаторы рынка разработки мобильных приложений: рост мобильного потребления; рост мобильной рекламы; стимулирование данного рынка со стороны владельцев платформ, таких как Google, Apple, Microsoft; достаточно высоки бюджеты на разработку. Среди немногочисленных барьеров роста рынка мобильных приложений эксперты выделяют только два пункта: неосведомленность пользователей и сложность оплаты.

Актуальность мобильных приложений в сфере туризма обусловлена тем, что в настоящее время примерно 65 % туристов предпочитают планировать маршрут поездки с помощью мобильных приложений; около 75 % туристов используют как минимум одно мобильное прило-

жение во время своей поездки; мобильные приложения для путешествий занимают 7-е место по количеству скачиваний среди всех существующих приложений; большинство бизнесменов (около 70 %) заказывают авиабилеты и бронируют отели через мобильные приложения [1].

Топ-10 мобильных приложений: Google Maps, Booking.com, Google Translate, Foursquare, TripAdvisor, Skyscanner, Evernote, Wi-Fi Map, TripIt, XE Currency. Приложения дают возможность пользователю забронировать номер в отеле, купить авиабилет, спланировать свой маршрут путешествия, почитать о достопримечательностях места предстоящего визита, а также поговорить с местными жителями на их языке, используя интерактивного переводчика.

Авторами предложена идея мобильного приложения — *Travelling Diary*. Приложение рассчитано на то, чтобы помогать туристу на всех этапах путешествия — начиная от списка необходимых вещей и заканчивая функциями, позволяющими сохранить фотографии и воспоминания о поездке. В данном приложении клиент сможет делиться своими впечатлениями, добавлять фотографии, а также записывать свои финансовые операции, чтобы знать свои расходы и сумму остатка. Еще одной полезной функцией подобного приложения будут сообщения-напоминания о предстоящих экскурсиях и других мест назначения, отмеченных на карте заранее.

Таким образом, актуальность мобильных приложений в туризме очевидна. Сфера IT-технологий развивается все динамичнее, и существует перспектива замены смартфонами ноутбуков и ПК, ведь это намного удобней и практичней. Мобильные приложения помогают туристам находить более удобные пути для удовлетворения своих потребностей во время поездок и их планирования.

Литература

1. Разработка мобильных приложений для сферы туризма: решения для Вашего бизнеса [Электронный ресурс] / Smartum.pro. — Режим доступа: <http://smartum.pro/ru/blog-ru/razrabotka-mobilnykh-prilozheniy-dlya-turizma/>. — Дата доступа: 06.04.2017.

Д.В. Махнач
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **Е.Ф. Волонцевич** — канд. экон. наук

АНИМАЦИОННО-ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ САНАТОРИЕВ

Санаторно-курортные организации Беларуси уже осознали тот факт, что санаторий не только медицинское учреждение, но и туристическое. Благодаря комплексному подходу в создании санаторно-курортной

услуги граждане находятся в состоянии физического и душевного оздоровления. Ключевым фактором является совокупность медицинских процедур, питания и досуговой деятельности, которая положительно влияет на психоэмоциональный фон и физическое состояние отдыхающего [1].

А.М. Вититнев выделил следующие проблемы организации досуга в санаториях: несоблюдение профиля и специализации здравниц, что приводит к формированию смешанного контингента с разными интересами; противоречие между необходимостью соблюдения лечебно-охранительного режима и досуговой активностью; недостаточный контроль за состоянием здоровья больных при их участии в активных видах отдыха; несоответствие форм и методов деятельности работников досуговой сферы культурному уровню отдыхающих; отставание материальной базы досуговой сферы от современных требований. Все эти неучтенные аспекты являются причиной критики и формирования негативного впечатления о санатории [2, с. 363].

Для улучшения досуговой деятельности в отечественных санаториях необходимо обратиться к зарубежному опыту, где основная часть досуга — это прогулки, занятия спортом, собственное просвещение и обучение, отдыхающий не задумывается о распорядке дня, так как все уже заранее распланировано. Активности включены в программу оздоровления и не рассматриваются как досуг, некое приложение к оздоровлению [3].

Анализ программ отечественных санаториев позволяет отметить, что они весьма разнообразны (экскурсии, дискотеки, музыкальные вечера, просмотр фильмов). Для зарубежных гостей такие мероприятия являются элементами повседневной жизни. Впечатление способно произвести лишь нечто уникальное, что не является столь часто применимым. С такой задачей может справиться включение элементов познавательного туризма с акцентом на белорусскую культуру: аутентичные белорусские праздники и мероприятия религиозной тематики. Необычным также будет подход в разработке программ арт-терапии, музыкотерапии, танцетерапия, т.е. досуг будет трансформирован в часть санаторно-курортного лечения и не будет восприниматься как что-то отдельное. Ну и конечно, мероприятия должны разрабатываться с учетом интересов разных возрастных групп.

Учет целевого сегмента рынка важен для всех сторон деятельности санатория. Привлекая отдыхающих необычной программой досуга, санаторий в большинстве случаев становится востребованным и получает конкурентные преимущества перед остальными здравницами, что, несомненно, отражается на повышении экономической эффективности.

Литература

1. *Иванова, Е.* Какие болезни лечат танцы [Электронный ресурс] // Гид по моде и стилю fashionstylist.kupivip.ru. — Режим доступа: <http://fashionstylist.kupivip.ru/text-7612-kakie-bolezni-lechat-tancy>. — Дата доступа: 22.04.2017.

2. *Ветитнев, А. М.* Курортное дело : учеб. пособие / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. — М. : КНОРУС, 2006. — 528 с.

3. This week's activities [Электронный ресурс]. — Исламората, 2017. — Режим доступа: https://d1xmxp9bi3elvh.cloudfront.net/984783746/cms/pressroom/cheeca_daily_activities_rev_31017_lrez.pdf. — Дата доступа: 22.04.2017.

Ю.В. Парфенюк

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель В.К. Кабушкина

УЧАСТИЕ В ГАСТРОНОМИЧЕСКОМ ФЕСТИВАЛЕ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ РЕСТОРАНА

Ресторанный бизнес самый динамичный в потребительском сегменте после торгового бизнеса. Любой ресторан выбирает такую стратегию, которая будет способствовать достижению заданного объема продаж, получению определенной прибыли, повышению конкурентоспособности, престижа и имиджа предприятия и укреплению благополучия своих потребителей и общества.

В настоящее время конкуренция в сфере ресторанного бизнеса в Минске достаточно высока, поэтому те предприятия, которые не смогли завоевать лояльность клиентов и привлечь новых, вынуждены получать убыток в качестве финансового результата своей деятельности.

К счастью, для ресторанов Минска появился еще один способ предстать перед потребителями в новом облике посредством участия в гастрономическом фестивале. Фестиваль — крайне интересный и многогранный формат мероприятия, который может объединить большое количество единомышленников, воплотить множество идей и решить ряд стратегических задач. В частности, участие в фестивале способствует продвижению ресторана на рынке и представляет собой форму интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Гастрофест — это целая серия гастрономических фестивалей. Так, в Минске 20 заведений регулярно предлагают свои лучшие сеты в рамках темы фестиваля по фиксированной цене в определенный отрезок времени. Основные задачи Гастрофеста — расширить гастрономические горизонты минчан, познакомить гостей с кухней заведений, предоставить ресторанам уникальный шанс удивить гостей недорогим и в то же время оригинальным блюдом [1].

На данный момент в столице прошли 3 гастрономических фестиваля: Гастрономический фестиваль № 1, Гастрофестиваль «Кофе», Гастрофестиваль «Азия».

В рамках Гастрофестивалей не только сами заведения имеют возможность заработать определенную репутацию, стать узнаваемыми

среди населения и показать свое предприятие с лучшей стороны, но и гости могут получить некоторые приятные бонусы от партнеров проекта. Следует отметить, что первые два фестиваля прошли не совсем гладко: гости не могли бронировать столики, не во всех заведениях можно было взять сет на вынос. Во время проведения третьего Гастрофеста данные замечания были учтены, и теперь места можно предварительно забронировать, взять сет с собой, а также заказать доставку.

Сложно не оценить эффективность фестиваля как инструмента продвижения бренда. Во-первых, любое участие в подобных мероприятиях — это повышение узнаваемости и благоприятное влияние на имидж компании. Во-вторых, это возможность точного попадания в свою целевую аудиторию и создание эмоциональных связей с этой аудиторией [2].

Таким образом, участвуя в гастрономическом фестивале, предприятие питания получает следующие преимущества: формируется лояльность к бренду и, как следствие, повышается узнаваемость продуктовых марок. Формат фестиваля как нельзя лучше подходит для стимулирования продаж и помогает точечному попаданию в свою целевую аудиторию и эффективному возврату инвестиций [2].

Литература

1. Поесть как король за 24 рубля в рамках гастрономического фестиваля еды [Электронный ресурс] // Кокобай. Охотники за едой, заведения Минска. — Режим доступа: <http://koko.by/event/13584.html>. — Дата доступа: 25.03.2017.
2. Событийный маркетинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/special_events.htm. — Дата доступа: 01.04.2017.
3. Гастрофест [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://gastrofest.by>. — Дата доступа: 30.03.2017.

Д.Н. Скрыган
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Владыко — канд. экон. наук

УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ И ЕГО ОЦЕНКА

Одним из основных направлений анализа социально-экономического развития страны является изучение качества и уровня жизни населения. Последний является важнейшей макроэкономической категорией и социальным стандартом, характеризующим степень удовлетворения физических и духовных потребностей людей в обществе, и служит важным критерием при выборе направлений и приоритетов экономической и социальной политики государства. Данный показатель также напрямую связан с потребительским выбором и поведением, с одной стороны,

и культурой торгового обслуживания — с другой, ибо он определяется степенью удовлетворения материальных и духовных потребностей людей массой товаров и услуг и базируется на реальных доходах на душу населения.

Общеизвестно, что основными показателями экономических достижений страны являются абсолютный показатель ВВП, а также ВВП на душу населения. Данные величины, естественно, рассчитываются и в Республике Беларусь.

Помимо двух вышеуказанных показателей официальной статистикой определяются следующие: валовой региональный продукт; объем промышленного производства; объем производства сельскохозяйственной продукции; инвестиции в основной капитал и строительство; оборот внешней торговли товарами и услугами по методологии платежного баланса, в том числе экспорт, импорт и ряд других.

Вместе с тем возникает вопрос: является ли определение этих показателей полноценным индикатором уровня социально-экономического развития страны и в полной ли мере они отображают качество жизни населения. Имеют место определенные противоречия между методиками, применяемыми органами официальной статистики, показателями, используемыми ими для оценки, и необходимостью получения объективных, обширных и многогранных данных для адекватного и полноценного исследования уровня и качества жизни населения.

Следует, однако, отметить, что отечественными специалистами проводится оценка уровня жизни. Она осуществляется по таким критериям, как распределение и дифференциация населения по уровню доходов, уровень и распределение низких доходов, исследование баланса денежных доходов и расходов населения [1, с. 101].

Целостную же картину качества жизни как более обширного показателя можно создать на основе объединения в целое различных групп критериев и дополнения их системой научного обоснования. Белорусские ученые предлагают при исследовании качества жизни опираться на характеристики, дополняющие количественные показатели уровня жизни, такие как качество питания, состояние образования и культуры, качество жилья, условия и характер труда, благополучие семейной жизни и некоторые другие [1, с. 104].

Несмотря на успехи отечественных ученых и понимание ими недостатков методологии определения уровня социально-экономического развития Республики Беларусь, как уже было упомянуто, следует отметить присутствие определенных противоречий между исследованиями вышеуказанных специалистов и проводимыми органами официальной статистики и государственного управления в целом.

Таким образом, выявляется необходимость скрупулезного учета всего спектра факторов, обуславливающих возможность принятия выверенных и верных политических и экономических решений в рамках построения Республикой Беларусь социально ориентированной экономики.

Литература

1. *Бондарь, Н. Н.* Социальная политика в Республике Беларусь : учеб. пособие / Н. Н. Бондарь, А. И. Терлиженко. — Минск : БГЭУ, 2005. — 146 с.

М.О. Щерба
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **С.О. Белова** — канд. экон. наук

НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

В настоящее время рынок ресторанных услуг характеризуется высоким уровнем конкуренции, которая особенно обостряется в связи с протекающими кризисными явлениями в стране. В данных условиях возрастает значимость формирования особого класса потребителей — лояльных. В ресторанном бизнесе проблема формирования лояльности потребителей стоит крайне остро. В ресторанной индустрии у потребителей часто возникает жажда нового вкуса. Потребители не желают становиться приверженцами одного единственного заведения, так как каждое из них стремится к дифференциации, достигая ее различными способами: от различий в меню до атмосферы в зале.

Понятие лояльности многогранно. По одной из версий лояльность потребителей — это результат последовательного эмоционального опыта, физического удовлетворения, основанного на атрибутах, и воспринимаемой ценности, которую включает в себя продукт или услуга. Таким образом, формирование лояльности включает в себя несколько составляющих: физическую, эмоциональную и ценностную [1, с. 27]. Без изучения и понимания мотивации желаний потребителя невозможно правильно построить систему лояльности и предложить потребителю наиболее привлекательный ее вариант, поэтому сначала необходимо понять, какие факторы одинаково важны для большинства посетителей и влияют на выбор того или иного объекта.

Автором был проведен опрос, в котором приняли участие 60 респондентов в возрасте до 35 лет. Наиболее популярными объектами общественного питания являются демократичные кафе и рестораны, объекты быстрого питания. По результатам опроса общие выводы, которые были сформулированы автором после проведенного опроса, следующие:

- респондентами прежде всего были отмечены такие факторы удовлетворенности, как ассортимент блюд и их качество, обслуживающий персонал, а также интерьер и атмосфера ресторана; потребители ценят и другие факторы, но если уделить первостепенное внимание именно трем данным составляющим, чувствительность к другим у потребителей снижается;

- основные преимущества, которых ожидают потребители от возможной программы лояльности, — это специальные предложения ко дню рождения или другим событиям, возможность потратить накопленные баллы у партнеров программы, а также возврат денег на карту;

- посетители могут чаще всего посещать какой-либо один объект питания, однако это не исключает возможности посещения ими и других объектов;

- возможность стать участником программы лояльности — не самый важный атрибут для потребителей, однако лояльные потребители с большей вероятностью порекомендуют его друзьям, родным или знакомым;

- объекты общественного питания должны понимать, какой вид программ лояльности имеет наибольшую ценность для потребителей (в данном исследовании наиболее интересной для респондентов оказалась программа с накоплением баллов);

- в рамках программы лояльности необходимо использовать информационные технологии, чтобы узнавать вкусы и предпочтения посетителей для дальнейшего использования данной информации в процессе поощрения лояльных потребителей по случаю дня рождения или другого события;

- необходимо следить за доступностью информации о наличии программы лояльности для потребителей, так как большинство респондентов не знают о существовании программ лояльности в том или ином объекте.

Литература

1. *Васин, Ю. В.* Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов / Ю. В. Васин, Л. Г. Лаврентьев, А. В. Самсонов. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. — 152 с.

А.В. Яцевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.Г. Траскевич** — канд. экон. наук

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛЕЧЕБНЫХ ГРЯЗЕЙ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ БЕЛАРУСИ

Грязелечение — это один из традиционных и по-прежнему востребованных методов санаторно-курортного оздоровления. В его основе лежит применение природного рекреационного ресурса естественного происхождения — пелоидов. Найдя свое применение еще в древности, грязи используются по сей день, более того, набирают все большую популярность. В Беларуси выделяются следующие виды пелоидов: торфяные, сапропелевые и сульфидно-иловые. Каждый из них оказывает положительное воздействие на организм человека, обладая следующими

свойствами: высокой пластичностью, большой теплоемкостью, медленной теплоотдачей, содержанием полезных микроорганизмов и биологически активных веществ.

На территории Беларуси наибольшим потенциалом как месторождения пелоидов обладают озера Дикое и Святое. Беларусь славится сапропелевой грязью, которая отличается от других лечебных грязей высокой влагоемкостью, меньшей теплопроводностью и большей теплоудерживающей способностью. Поэтому интерес представляет изучение перспектив дальнейшего использования отечественных пелоидов санаторно-курортными организациями Беларуси.

В ходе исследования был проведен анализ современного уровня применения практики грязелечения. Эту услугу предлагают от 17 % санаториев Витебской области до 77 % санаториев Брестской области, что представляется недостаточно высоким уровнем в контексте нарастающей популярности и признанной эффективности пелоидотерапии. Далее было выяснено, что не все эти санаторно-курортные организации используют отечественные сапропели, а предпочитают импортную сульфидно-иловую грязь Сакского озера. К примеру, Республиканский центр медицинской реабилитации и бальнеолечения использует как отечественные, так и импортные грязи. При этом услуги, базирующиеся на сапропелях, имеют значительно более низкую стоимость. Кроме того, сапропель применяется только в трех видах процедур, а сакские грязи — в 17. Представляется, что сложившееся нерациональное предпочтение импортного сырья связано с отсутствием достаточного продвижения отечественных пелоидов. Сапропель на отечественном рынке более известен как удобрение. Недостаточно информации о полезных свойствах отечественных сапропелей можно найти и в интернете, в то время как ресурсы сакских грязей продуманно, доступно и привлекательно продвигаются.

Кроме того, в ходе общения с практиками (было опрошено 25 % санаторно-курортных организаций Беларуси) выяснилось, что существенную проблему представляет фасовка отечественных пелоидов, которая представляет собой неготовую к аппликации субстанцию, расфасованную как минимум по 5 кг. Для большинства санаториев (кроме нескольких предприятий, которые высказались в пользу преимуществ самостоятельного приготовления аппликаций) такая упаковка является неудобной.

Для решения обозначенных проблем предлагается а) активизировать продвижение отечественных сапропелей на национальном рынке (фильм о их полезных свойствах, история их применения, технологии добычи и др.; работа с отзывами потребителей отечественных пелоидов, организация тематической выставки продуктов на основе отечественных грязей); б) усовершенствовать упаковку сапропелей, в том числе выпуск готовых аппликаций; в) осуществление активной розничной торговли отечественных лечебных грязей, в том числе онлайн-торговли.

Таким образом, для более активного использования отечественных пелоидов существуют достаточные перспективы, связанные с инновационной предпринимательской инициативой в данной области.

В.И. Яцук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **П.А. Литвинов**

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДВИЖЕНИЯ СЛОУФУД В БЕЛАРУСИ

Слоуфуд (*Slow Food*) — движение, антагонистичное системе быстрого питания, возникшее в Италии в 1986 г. В основе слоуфуда лежит создание заведений общественного питания, обеспечивающих более здоровое питание, а также сохраняющих традиции национальной и региональной кухни, поддерживающих культуру традиционного застолья. В 1989 г. было официально создано одноименное международное движение *Slow Food*. В Беларуси функционируют три конвивиума (первичная ячейка): в Березе, Минске и Россонах. Подход слоуфуда к сельскому хозяйству, производству продовольствия и кулинарии основан на понятии качества пищи, которое определяется тремя взаимосвязанными принципами (вкусная, чистая, честная пища), которые стали девизом движения. Символом стала желтая улитка как гарантия качества и аутентичности.

Основные задачи слоуфуда: выбирать экологически чистые продукты местного происхождения; разработка «Ковчега вкуса» для каждого экорегиона, где «воспеваются» местные кулинарные традиции и продукты; создание организаций и конвивиумов для привлечения общественности; сохранение и развитие местных и традиционных продуктов питания; организация фестивалей местной кухни в регионах; повышение образованности в сфере вкусовой сенсорики; информирование потребителей о рисках фаст-фуда; разработка политических программ, направленных на поддержание семейных ферм, производящих экологичную продукцию [1].

Одним из основных проектов, реализуемых слоуфудом, является «Ковчег вкуса», представляющий собой перечень продуктов питания, находящихся под угрозой исчезновения. Слоуфуд находит уникальные, исчезающие продукты, способствует их возрождению и продвижению на мировой рынок.

Движение устраивает ежегодный съезд продовольственных сообществ *Terra Madre*, а также является основателем Университета гастрономических наук. Кроме того, слоуфуд патронирует Салон вкуса (*Salone de Gusto*) в Турине — крупнейшую международную гастрономическую выставку [2]. Уже не редкость видеть среди ее участников белорусов.

Слоуфуд разрабатывает общедоступные образовательные программы, помогающие пробуждать и тренировать вкус. Одна из таких программ — курс сенсорного обучения детей. В настоящее время он вводится в качестве обязательного предмета в европейские школы. Цель сенсорики — помочь детям развить комплексное сенсорное восприятие еды, научиться различать оттенки вкуса, отделять качественную еду от посредственной и получать удовольствие от хороших продуктов.

Как отмечают иностранные и местные кулинары, культура питания в Беларуси еще слабо развита. О таком движении, как слоуфуд, большинство белорусов слышат впервые. Главные же «соперники» движения — стрит-фуд и фаст-фуд — наоборот, стремительно развиваются и набирают все большую популярность. Вырастают целые поколения людей, не ощущавших вкуса натуральных продуктов. Слоуфуд помогает людям вернуть удовольствие от приема пищи и осознать важность происхождения продуктов питания, роль производителя и способов производства.

Чтобы сохранить окружающую среду, нашей стране следует попытаться следовать принципам движения слоуфуд: возрождать исчезнувшие сорта фруктов и овощей, стараться сохранять аутентичные сорта зерновых, потреблять больше местных продуктов, развивать фермерское хозяйство, бороться против следствия глобализации — сетевых безликих забегаловок.

На данный момент в Беларуси отсутствуют заведения, где придерживаются принципов слоуфуда, однако с ростом популярности здорового образа жизни и правильного питания можно быть уверенными в перспективах данного движения.

Литература

1. Slow Food [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.slow-food.com/>. — Дата доступа: 05.04.2017.

Секция 11

ПРАВО И ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

П.В. Боровик

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.П. Манкевич — канд. юрид. наук

МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГОСУДАРСТВА ЗА ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ВРЕД

Даже совершенное национальное экологическое законодательство отдельного государства не может решить глобальные экологические проблемы, что подтверждает необходимость координации и объединения усилий государств в области защиты окружающей среды. На данном этапе развития человечества общество не готово поставить экологический интерес выше экономического [1, с. 76]. Государства участвуют в международных программах по защите окружающей среды, являясь членами международных организаций (например, ООН, СНГ) и ратифицируя международные договоры.

В настоящее время существует проблема осуществления контроля за соблюдением государствами взятых на себя обязательств в сфере охраны окружающей среды, а также привлечения субъектов международного права к ответственности за нарушение норм и принципов международного экологического права, которое имеет место в том случае, когда деяние данного государства не соответствует тому, что требовало от него указанное обязательство, независимо от его происхождения или характера [2, с. 383].

Нарушение государством международных обязательств является основанием для международно-правовой ответственности, заключающейся в наступлении неблагоприятных последствий для субъекта международного экологического права, нарушившего предусмотренные им требования [3, с. 647]. Нарушение обязательства государством не влечет его прекращения. Нарушившее обязательство государство обязано прекратить это деяние, если оно продолжается и предоставить гарантии и заявления, что этого не повторится. Несущее ответственность государство обязано возместить нанесенный ущерб (как материальный, так и моральный). Оно не вправе оправдывать невыполнение международных обязательств внутригосударственным законодательством [2, с. 198–208].

Совершенного правового механизма принуждения государства к исполнению международных обязательств не существует. Проблеме привлечения государства к международно-правовой экологической ответ-

ственности предшествует возникновение проблемы осуществления контроля международного сообщества за состоянием окружающей среды и соответствия действий государства общим международным принципам экологического права. В научной литературе, как правило, выделяется только государственный контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере окружающей среды. Представляется целесообразным создание международных организаций (или подразделений на базе уже существующих международных организаций), занимающихся мониторингом и аудитом состояния окружающей среды. Предполагается, что финансирование будет осуществляться за счет добровольных взносов государств — членом международных организаций.

С течением времени человечество все более осознает необходимость объединения и оптимизации усилий государств в области защиты окружающей среды. Практика показывает: процедура привлечения государства к ответственности сложна; международная практика не изобилует прецедентами привлечения к ответственности государств. Несмотря на то, что существует множество международных документов, закрепляющих ответственность государства за экологические правонарушения, институт международно-правовой ответственности остается недостаточно развитым и представляет собой перспективную область для дальнейших научных изысканий.

Литература

1. Права человека: итоги века, тенденции, перспективы / под общ. ред. чл.-корр. РАН Е. А. Лукашевой. — М. : НОРМА, 2002. — 448 с.
2. Лукашук, И. И. Право международной ответственности / И. И. Лукашук. — М. : Волтерс Клувер, 2004. — 432 с.
3. Бринчук, М. М. Экологическое право (право окружающей среды) : учебник для высш. учеб. заведений / М. М. Бринчук. — М. : Юристъ, 2002. — 688 с.

Д.В. Гапоненко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.В. Шерстобитов** — канд. юрид. наук

ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ЗАКОННОГО ИНТЕРЕСА В АДМИНИСТРАТИВНОМ ПРАВЕ

Категория «законный интерес» относится к специфическим феноменам системы права, который является весьма сложным для юридического восприятия. Формулировка «права и законные интересы граждан» знакома каждому, и ее трактовка в правопонимании многих граждан одина, хотя каждый из этих терминов несет свою смысловую нагрузку. Вместе с тем законные интересы нельзя рассматривать лишь

в связи с правами человека и гражданина, поскольку законные интересы являются самостоятельным объектом правовой охраны и защиты [2, с. 143].

Сложности, возникающие при изучении данной правовой категории, а также реализации предоставленного законодательством права по защите законных интересов, связаны, в первую очередь, с отсутствием ее легального определения, что является пробелом в законодательстве. Учеными-правоведами разработана лишь доктринальная трактовка. Так, В.В. Субочев определяет законный интерес как стремление субъекта пользоваться определенным социальным благом и в некоторых случаях обращаться за защитой к компетентным органам в целях удовлетворения не противоречащих нормам права интересов [4].

Рассматриваемая правовая категория может быть закреплена в законодательстве Республики Беларусь дословно, то есть прямо. Примером этому служит ст. 2.12 Процессуально-исполнительного кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях (далее — ПИКоАП) [3]. Однако в своем большинстве законные интересы косвенно закрепляются в тексте ПИКоАП, о чем свидетельствует ст. 10.28 [3].

Категория законных интересов присутствует в различных отраслях права, однако ее изучение именно в русле административного имеет особое значение. Данный факт обусловлен тем, что административное является правом внутренним, регулируя общественные отношения, связанные с совершением административного правонарушения.

Таким образом, полагаем, что категория законных интересов получила широкое отражение и закрепление в нормах административного права, но при исследовании сущности данной правовой категории возникают определенные сложности, связанные, в первую очередь, с отсутствием ее легального определения. В связи с этим наиболее целесообразным было бы закрепить определение термина «законный интерес» в качестве примечания к ст. 1.2 КоАП, поскольку данная статья является первой, дословно закрепляющей рассматриваемую категорию.

Литература

1. Бибило, В. Н. Отражение интересов в праве / В. Н. Бибило // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. — 2006. — № 4. — С. 128–133.
2. Гапоненко, Д. В. Закрепление законных интересов граждан в Конституции Республики Беларусь / Д. В. Гапоненко // Материалы XIX междунар. науч. конф. молодых ученых, Минск, 14–15 апр. 2016 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: В. В. Манкевич (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2016. — С. 143–144.
3. Процессуально-исполнительный кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс] : 9 нояб. 2006 г., № 194-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 19.07.2016 г., № 407-З // ЭТАЛОН. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017.
4. Субочев, В. В. Теория законных интересов: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.01 / В. В. Субочев. — Тамбов, 2009. — 57 с.

Ю.А. Гринько
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.В. Гавриленко**

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ИСПОЛНЕНИЯ НАКАЗАНИЯ В ВИДЕ СМЕРТНОЙ КАЗНИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В соответствии со ст. 59 Уголовного кодекса Республики Беларусь смертная казнь является исключительной мерой наказания и применяется за некоторые особо тяжкие преступления, сопряженные с умышленным лишением жизни другого человека при отягчающих обстоятельствах (до ее отмены) [1]. Порядок исполнения наказания, а также правовое положение приговоренного к смертной казни регламентированы в Уголовно-исполнительном кодексе Республики Беларусь (далее — УИК).

Некоторые уголовно-исполнительные нормы были сформулированы еще в советский период и нашли отражение в действующем белорусском законодательстве, однако с учетом современных тенденций развития общественных отношений они требуют уточнения, корректировки или вовсе должны быть исключены.

Одно из таких положений содержится в ч. 5 ст. 175 УИК, в которой предусмотрено, что тело казненного для захоронения не предоставляется, о месте захоронения не сообщается [2]. Данное положение неоднократно являлось предметом спора между Республикой Беларусь в лице ее государственных органов, близкими родственниками лиц, приговоренных к смертной казни, и Комитетом по правам человека Организации Объединенных Наций (далее — КПЧ ООН).

Позицию Парламента — Национального собрания Республики Беларусь выразила Председатель постоянной комиссии по законодательству Палаты представителей Людмила Михалькова, которая пояснила, что запрет на выдачу тела преследует цель обеспечения общественного спокойствия и безопасности, охраны общественного порядка, здоровья и нравственности, защиты прав и свобод других лиц [3].

При рассмотрении дела № 2120/2011 Любовь Ковалева и Татьяна Козяр против Беларуси КПЧ ООН посчитал, что «обстановка полной секретности в отношении даты казни и места захоронения и отказ в выдаче тела для захоронения равноценны запугиванию или наказанию семей, поскольку их намеренно оставляют в состоянии неопределенности и психических страданий». Кроме того, КПЧ ООН признал факт нарушения ст. 7 Международного пакта о гражданских и политических правах 1966 г., в которой сказано, что никто не должен подвергаться пыткам или жестокому, бесчеловечным или унижающим его достоинство обращению или наказанию [4].

Таким образом, Республика Беларусь, являясь членом ООН и ратифицировав Международный пакт о гражданских и политических правах 1966 г., должна обеспечить соответствие национального законодательства нормам международного права и, приняв во внимание реше-

ния КПЧ ООН, отменить действие нормы о невыдаче тела казненного и несообщении о месте захоронения его близким родственникам.

Литература

1. Уголовный кодекс Республики Беларусь : 9 июля 1999 г., № 275-3 (с изм. и доп.) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 1999. — № 76. — 2/50.

2. Уголовно-исполнительный кодекс Республики Беларусь : 11 янв. 2000 г., № 365-3 (с изм. и доп.) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2000. — № 32. — 2/140.

3. Мать и сестра Ковалева просят обосновать запрет на выдачу тел казненных [Электронный ресурс] // Белорусский портал TUT.BY. — Режим доступа: <https://news.tut.by/society/288231.html>. — Дата доступа: 07.03.2017.

4. Международный пакт о гражданских и политических правах [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. — Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactpol.shtml. — Дата доступа: 15.03.2017.

Ю.А. Гринько, Д.В. Пенязь
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **И.П. Манкевич** — канд. юрид. наук

РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ В РАЗВИТИИ «ЗЕЛеной» ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Стратегическая экологическая оценка (далее — СЭО) является новым для Республики Беларусь эколого-правовым институтом. Законодательное закрепление и развитие СЭО признается одним из самых перспективных направлений политики государства в сфере экологической безопасности и благоприятной окружающей среды [1].

«Зеленая» экономика строится на принципах соответствия целям устойчивого развития, рационального и эффективного использования ресурсов, устойчивого потребления и производства, включения экологических и социальных ценностей в систему экономического учета, приоритета применения «зеленых» инструментов и т.д. В Национальном плане действий по развитию «зеленой» экономики до 2020 года (далее — Национальный план) выделяется ряд экологических проблем, которые объективно существуют не только в нашем государстве, но и во всем мире: изменение климата, образование и накопление отходов, деградация экологических систем, загрязнение атмосферного воздуха и поверхностных водных объектов и др. [2]. Без решения этих проблем невозможно построение «зеленой» экономики.

В ходе проведения СЭО определяются возможные неблагоприятные воздействия на окружающую среду, которые могут возникнуть при реа-

лизации государственных, региональных и отраслевых программ и градостроительных проектов с учетом внесения в них изменений и (или) дополнений. Итоговым документом СЭО является экологический доклад, в котором не только содержатся сведения о результатах проведенной процедуры, но и предлагаются конкретные мероприятия по уменьшению и (или) предотвращению предполагаемых изменений окружающей среды [3]. Положения этого документа имеют важное практическое значение: на основе данных, полученных в результате проведения СЭО, возникает реальная возможность заранее предвидеть экологические риски и сократить темпы деградации окружающей среды.

В действующем Национальном плане в качестве способов достижения устойчивого производства и потребления упоминаются только экологическая стандартизация и маркировка, экологический аудит. В Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики, который будет принят после 2020 г., необходимо включить процедуру СЭО, которая позволит определить, действительно ли соответствуют разработанные планы и программы принципам, целям и основным направлениям «зеленой» экономики.

Литература

1. О проекте Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 11 дек. 2013 г., № 1066 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2013. — 5/38139.

2. Об утверждении Национального плана действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь до 2020 года [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 21 дек. 2016 г., № 1061 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017.

3. О государственной экологической экспертизе, стратегической экологической оценке и оценке воздействия на окружающую среду [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 18 июля 2016 г., № 399-З // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by.document/?guid=12551&p0=H11600399&p1=1&p5=0>. — Дата доступа: 17.07.2017.

Ю.Ю. Драб, В.В. Попова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Ю.А. Васильева**

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Термин «социально-трудовые отношения» вошел в научный оборот и стал широко использоваться относительно недавно.

Отметим, что Конституция Республики Беларусь закрепляет качественно новый уровень отношений между личностью и государством — демократическое социальное правовое государство. Его ключевой идеей является обеспечение социальных прав. Это важно для нашей республики, поскольку к нуждающимся в социальной поддержке сегодня относят большую часть трудоспособных граждан [1, с. 3].

Следует подчеркнуть, что особенно уязвимыми стали менее конкурентоспособные граждане — женщины, несовершеннолетние, молодежь, люди с ограниченными возможностями и пожилые люди.

Молодежный аспект политики занятости обусловлен прежде всего тем, что во всех странах доля безработных среди молодежи выше, чем среди взрослых [2, с. 229]. В ситуациях, когда студенты очной формы работают по трудовому договору, нередко происходят нарушения трудовых прав указанной категории. По нашему мнению, целесообразно обратить внимание также на то, что в трудовом законодательстве Республики Беларусь отсутствуют какие-либо льготы или ограничения в части трудовых отношений со студентами очной формы обучения. Следует учесть, что, к примеру, в Трудовом Кодексе Российской Федерации студенты выделяются как отдельная социальная группа и, если обучаются без отрыва от производства, обладают определенными льготами. Целесообразно, по нашему мнению, внесение подобного дополнения в национальный Трудовой Кодекс Республики Беларусь.

Также необходимо отметить, что особую проблему представляет трудоустройство людей предпенсионного возраста. Компромиссы, на наш взгляд, могут быть достигнуты различными методами: более ранний уход на пенсию, налоговые льготы и прямые субсидии для предприятий.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день поддержка требуется и части экономически активного населения. Несмотря на то что безработным гражданам гарантируется бесплатная профессиональная ориентация, повышение квалификации по направлению органов службы занятости и иная поддержка, люди сталкиваются с недостаточным количеством доступных рабочих мест [3, с. 119].

На основании проведенного исследования считаем целесообразным придание белорусской модели социально-трудовых отношений следующих черт: широкое применение государственными органами рычагов прямого и косвенного воздействия; применения программно-целевых подходов к решению социально-трудовых проблем; признание социального диалога как основной формы согласования интересов сторон; активность работников в отстаивании своих прав; сочетание при решении конфликтов как примирительных процедур, так и методов силового давления контролирующих органов и судов.

Литература

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. — Минск : Амалфея, 2005. — 48 с.
2. *Круглов, В. А.* Трудовое право Республики Беларусь в понятиях и схемах / В. А. Круглов. — Минск : Амалфея, 2015. — 344 с.
3. *Тарасевич, Н. И.* Трудовое право : учеб. пособие / Н. И. Тарасевич. — Минск : Вышэйш. шк., 2014. — 382 с.

И.Д. Кульгавая, К.В. Имамкулиева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Ю.А. Хватик** — канд. юрид. наук

ВЛИЯНИЕ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ НА ИНВЕСТИРОВАНИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ИНОСТРАННЫМИ СУБЪЕКТАМИ

Одним из факторов, отрицательно влияющих на поступление иностранных инвестиций в наше государство, видится низкий уровень официальной безработицы, несоответствующий фактическим данным. Так, согласно официальным данным Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, уровень официальной зарегистрированной безработицы на конец февраля 2017 г. составил 1 % к численности экономически активного населения [1].

Проблематика заключается в следующем: иностранный инвестор, намереваясь осуществлять инвестиционную деятельность на территории государства оценивает экономическое состояние того или иного объекта вложения, риски, другие показатели и факторы, одним из которых может быть именно показатель уровня безработицы в стране.

По нашему мнению, иностранные инвесторы обращают внимание на этот показатель, поскольку данные о безработице для инвестора — это иными словами данные потенциальных работников на объекте его вложения, ведь в государстве с уровнем безработицы 1 % подразумевается, что остальные 99 % экономически активного населения уже трудоустроены и не нуждаются в другом работодателе. Предполагается, что государство с низким уровнем безработицы будет привлекать иностранного инвестора меньше, чем государство, в котором уровень безработицы будет выше. Это обстоятельство отрицательно сказывается на количестве рабочих мест, которые могут предоставить иностранные инвесторы для населения нашей страны.

Согласно определению Международной организации труда, безработным считается тот, кто: 1) сам называет себя безработным; 2) активно ищет работу; 3) готов приступить к работе в кратчайшие сроки (в ближайшие 2 недели).

На наш взгляд, такое определение будет точнее отражать показатель безработицы в стране. В Республике Беларусь же регистрируются не все такие люди, а только лица, стоящие на учете в службе занятости [2]. В силу этого показатель официальной безработицы в нашей стране ниже показателя фактически безработного числа населения.

Таким образом, мы пришли к выводу, что отражение в официальной статистике уровня безработицы ниже, чем данные фактической безработицы, неблагоприятным образом влияет на привлечение иностранного инвестора. Предлагается изменить порядок подсчета числа безработного населения Республики Беларусь путем отражения в официальных цифрах реальной ситуации в стране. Для этого мы рекомендуем создать такой метод подсчета числа безработных, который использует Министерство по налогам и сборам согласно Декрету № 3 «О социальном иждивенчестве» для вычисления лиц, не участвующих в финансировании государственных расходов, приравняв их к числу безработных. Поскольку все занятое население страны платит подоходный налог, неуплачивающие его будут считаться безработными или лицами, уклоняющимися от уплаты налогов. Помимо приведенной выше рекомендации так же можно говорить и о том, что необходимо повысить пособие по безработице, что тоже благоприятно повлияет на рост официальной безработицы.

Литература

1. Статистика занятости и безработицы в Республике Беларусь за февраль 2017 года [Электронный ресурс] // Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by/ru/sostojanie/>. — Дата доступа: 20.03.2017.
2. О занятости населения Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 15 июня 2006 г., № 125-З : с изм. и доп. от 30 дек. 2015 г. № 341-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017.

Ю.М. Лее
АУПРБ (Минск)

Научный руководитель **М.Н. Шимкович** — канд. юрид. наук

ПРИМЕНЕНИЕ СУБРОГАЦИИ В ДОГОВОРАХ СТРАХОВАНИЯ ОТ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ НА ПРОИЗВОДСТВЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ

Понятие «суброгация» дано в ст. 855 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее — ГК), где установлено, что к страховщику, выплатившему страховое возмещение, переходит в пределах выплаченной суммы право требования, которое страхователь (выгодоприобретатель) имеет к лицу, ответственному за убытки, возмещенные в результате

страхования. Кроме того, законодатель исключает применение суброгации в договорах личного страхования. Согласно ст. 354 ГК, переход к другому лицу прав, неразрывно связанных с личностью кредитора, не допускается. Следовательно, при заключении договора личного страхования у страховщика отсутствуют правовые основания для взыскания выплаченного выгодоприобретателю страхового обеспечения [1].

В п. 325 Положения о страховой деятельности в Республике Беларусь, утвержденного Указом Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г. № 530 (далее — Положение) отмечается, что страховщик имеет право требования в пределах сумм выплаченного страхового обеспечения к юридическому или физическому лицу, ответственному в соответствии с законодательством за вред, причиненный жизни или здоровью застрахованного (кроме случая, если ответственным за вред является страхователь данного застрахованного). Позиция законодателя к данному вопросу с течением времени менялась. Так, в редакции от 25.08.2006 г. за страховщиком закреплялась обязанность предъявлять регрессный иск к причинителю вреда о возмещении понесенных по вине данного лица затрат. Это право фактически выбивалось из обычной для регресса схемы, когда регрессное право заменяет собой прекращенное исполнением регрессиентом основное обязательство. Позднее обязанность предъявить регрессный иск была исключена, а страховщик наделялся правом суброгации, которое противоречило ст. 855 ГК. В настоящее время законодатель, не желая лишать страховщика права на компенсацию убытков от страховой деятельности, закрепляет за страховщиком право требования выплаченного страхового обеспечения к юридическому или физическому лицу, ответственному за причиненный вред, но не указывает на его правовую природу.

В отличие от стран ближнего зарубежья (Украины, Российской Федерации) обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в Республике Беларусь осуществляется в качестве личного, а не социального страхования. Но, несмотря на отличия в организационно-правовом регулировании, оно нацелено на выполнение именно социальных функций. Что касается требования страховщиком возмещения выплаченных выгодоприобретателю страховых сумм, то Закон Российской Федерации «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» таким правом страховщика не наделяет и, кроме того, подчеркивает, что «возмещение застрахованному морального вреда, причиненного в связи с несчастным случаем на производстве или профессиональным заболеванием, осуществляется причинителем вреда» (ст. 8) [2].

Подход российского законодателя к данному вопросу представляется нам более оправданным. Учитывая природу требования страховщика к лицу, ответственному за наступление страхового случая, а также то, что жизнь и здоровье каждого человека бесценны и подлежат восстановлению в полном объеме, мы полагаем необходимым исключить

п. 325 Положения в части требования страховщика к лицу, ответственному за наступление страхового случая. Исключение данной нормы будет способствовать более справедливому распределению ответственности между субъектами социально-трудовых отношений.

Литература

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г., № 218-3 : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 05.01.2016 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017.

2. Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний [Электронный ресурс] : Федер. закон Рос. Федерации, 24 июля 1998 г., № 125-3 : в ред. Федер. закона Рос. Федерации от 28.12.2016 г. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=210055&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.9229066920706361#0>. — Дата доступа: 16.03.2017.

И.А. Маковский
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Шерстобитов — канд. юрид. наук

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРУДОВЫХ ПРАВ СОТРУДНИКОВ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

Евразийский экономический союз (далее — ЕАЭС) является международной организацией региональной экономической интеграции, обладающей международной правосубъектностью. ЕАЭС находится в трудовых правоотношениях со своими сотрудниками в рамках международной гражданской службы. В связи с этим возникают вопросы, связанные с трудовыми правами сотрудников ЕАЭС.

Основные права сотрудников ЕАЭС закреплены в Договоре о ЕАЭС. Согласно п. 43 приложения 32 к Договору о ЕАЭС, трудовые отношения членов Коллегии Комиссии, судей Суда Союза, должностных лиц и сотрудников регулируются законодательством государства пребывания с учетом норм Договора о ЕАЭС. Вместе с тем согласно п. 25 сотрудники не подлежат юрисдикции судебных или административных органов государства пребывания в отношении действий, совершаемых при непосредственном выполнении ими служебных обязанностей. Исключения из данного правила составляют лишь иски о возмещении ущерба в результате ДТП или причинения телесных повреждений [1].

Пункт 46 Статута Суда ЕАЭС (приложение 2 к Договору о ЕАЭС) закрепляет компетенцию Суда ЕАЭС на дачу разъяснений норм права ЕАЭС, связанных с трудовыми отношениями, которые носят консуль-

тативный характер [1]. Несмотря на наличие подобной компетенции, нельзя говорить о подведомственности данному суду споров по поводу трудовых отношений.

Как отмечается в консультативном Заключении Суда ЕАЭС от 3 июня 2016 г., Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 9 октября 2014 г. № 90 утверждено Положение о Комиссии по этике, к функциям которой относится рассмотрение кадровых вопросов в случае возникновения конфликтных ситуаций [2], что дает практическую возможность для урегулирования вероятных трудовых споров [3], иных конфликтных ситуаций, упуская из виду тот факт, что решения Комиссии носят рекомендательный характер.

Таким образом, можно констатировать несовершенство правового механизма защиты прав сотрудников ЕАЭС, выраженное в отсутствии механизма судебной защиты их прав. Для ликвидации пробела в праве ЕАЭС целесообразно придать решениям Комиссии по этике обязательный характер, а также расширить подведомственность Суда ЕАЭС в сторону включения в его подведомственность трудовых споров сотрудников ЕАЭС для обжалования решений Комиссии по этике.

Данные предложения по совершенствованию права ЕАЭС позволят обеспечить трудовые права сотрудников ЕАЭС судебной защитой.

Литература

1. Договор о Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=F01400176>. — Дата доступа: 17.07.2017.
2. О комиссии по этике при Совете Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс] : решение Совета Евразийской экономической комиссии, 9 дек. 2014 г., № 90 // КонсультантПлюс. Версия Проф. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр». — М., 2016.
3. По заявлению Кузнецовой Е.А. и др. о разъяснении норм Положения о проведении аттестации сотрудников ЕЭК [Электронный ресурс] : Консультативное заключение Суда Евразийского экономического союза, 3 июня 2016 г. : утв. решением Совета ЕЭК от 12.11.2014 г. № 98 // КонсультантПлюс : Версия Проф. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр». — М., 2016.

А.Г. Мартыничук, Е.Д. Маркова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.П. Манкевич — канд. юрид. наук

ВОЗМЕЩЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ВРЕДА

Существование механизма возмещения экологического вреда обеспечивает восстановление состояния окружающей среды, гарантирует защиту прав юридических лиц, а также конституционное право граждан на благоприятную окружающую среду.

Понятие «экологический вред» достаточно широко исследовано в отечественной и зарубежной литературе. Так, по мнению С.А. Балашенко, это вред, причиненный вследствие воздействия на окружающую среду путем неправомерного деяния [1, с. 243–244]. А.Н. Сапогин рассматривает экологический вред как вред, который заключается в нарушении экологических интересов общества и благоприятной окружающей среды — загрязнении, истощении, разрушении природной среды, ее отдельных природных объектов, природных экологических систем в целом [2, с. 169].

В Республике Беларусь понятие «экологический вред» нашло законодательное закрепление в ст. 1 Закона Республики Беларусь «Об охране окружающей среды» (далее — Закон) [3], где раскрывается его основное содержание. Так, ст. 101 Закона предусматривает возмещение вреда, как правило, в полном объеме добровольно или по решению суда. Механизм добровольного возмещения вреда регулируется ст. 1013 Закона и заключается в предъявлении компетентным государственным органом претензии лицу, причинившему вред окружающей среде до предъявления иска [3].

Проанализировав ст. 951 ГК Республики Беларусь, можно сделать заключение о существовании двух способов возмещения вреда — в натуральном или денежном выражении [4]. Порядок же возмещения вреда в натуре конкретизируется ст. 101¹ Закона и заключается в восстановлении нарушенного состояния природной среды за счет собственных средств и применяется лишь в определенных случаях в пределах возможностей такого возмещения [3].

Если же нет возможности возместить вред в натуре, то применяется денежный способ возмещения вреда, который высчитывается согласно ст. 1011 Закона по таксам, а при их отсутствии либо невозможности применения — по фактическим затратам на восстановление нарушенного состояния окружающей среды с учетом понесенных убытков, в том числе упущенной выгоды [3]. Существуют случаи, когда невозможно определить реальный ущерб. Исходя из этого, полагаем, что выплаты по таксам можно скорее отнести к компенсации вреда, чем к его возмещению.

Из вышеуказанного следует, что возмещение экологического вреда, основываясь на общих принципах гражданского законодательства, обладает особенностями, обусловленными спецификой экологического вреда. В экологическом законодательстве Республики Беларусь существует ряд пробелов в области возмещения экологического вреда, восполнить которые возможно путем детального регулирования складывающихся в данной сфере общественных отношений.

Литература

1. Балашенко, С. А. Экологическое право : учебник / С. А. Балашенко, Т. И. Макарова, В. Е. Лизгаро. — Минск : Вышэйш. шк., 2016. — 383 с.

2. Сапогин, А. Н. Экологическое право Республики Беларусь : курс лекций / А. Н. Сапогин. — Минск : Акад. МВД Респ. Беларусь, 2007. — 268 с.

3. Об охране окружающей среды [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 26 нояб. 1992 г., № 1982-ХП : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17 июля 2002 г. № 126-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017.

4. 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. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2015 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2017.

А.Н. Михеева, Е.А. Случак
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Ю.А. Хватик — канд. юрид. наук

РОЛЬ ПАРКА ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Внешнеэкономическая деятельность вносит неопределимый вклад в развитие национальной экономики. В аспекте расширения внешнеэкономических связей немаловажную роль играет Парк высоких технологий (далее — ПВТ). Создание ПВТ обеспечило дополнительные рабочие места, приостановило отток высококвалифицированных кадров за рубеж, привлекло многочисленные инвестиции. Можно по праву гордиться такими продуктами ПВТ, как мессенджер Viber, игра World of Tanks, приложение «Маскарад» и др. Все это оказало положительно влияние на имидж страны и показатели национальной экономики [1].

Вместе с тем ПВТ, чтобы оставаться конкурентоспособным на мировом рынке, необходимо своевременное и прогрессивное правовое регулирование. На современном этапе одним из основных нормативных правовых актов, регулирующих деятельность ПВТ, является Декрет Президента Республики Беларусь «О Парке высоких технологий» от 22 сентября 2005 г. № 12 с изменениями и дополнениями. Назрела необходимость принятия иных нормативных правовых актов, которые будут отвечать современным мировым тенденциям в IT-сфере.

Так, например, в законодательстве Республики Беларусь отсутствуют такие эффективные и признанные в мире формы инновационного финансирования, как инвестиционные банки, венчурные фонды и др. Венчурные инвестиции должны направляться на финансирование разработок и внедрение их в производство, продвижение на рынок новых изделий и технологий, создание новых и развитие действующих предприятий, укрепление производственного и рыночного потенциала инновационных фирм. Помимо этого затруднительным является размещение рекламы на крупных мировых площадках. Для этого по бело-

русскому законодательству требуется соблюдение сложных бюрократических процедур, что отнюдь не способствует эффективному ведению бизнеса [2].

Наиболее критично сейчас развитие элементов, которые способствуют росту уровня подготовки предпринимателей и страхуют их от глупых ошибок. Это акселераторы, инкубаторы, профильные мероприятия, нетворкинг, а также участие менторов, частных венчурных инвесторов [3]. Так, необходимо достижение симбиоза государственной поддержки и частных инициатив, направленного на возвращение трендовых проектов.

Таким образом, успешное развитие IT-сферы в Беларуси требует решения таких проблем, как: недостаточная обеспеченность кадровыми ресурсами, особенно в регионах страны; недостаточная инновационная активность научных организаций; отсутствие эффективного финансового обеспечения деятельности ПВТ. Решение данных проблем невозможно без принятия новых нормативных актов, которые позволят сделать нашу страну одной из наиболее продвинутых стран в мире по развитию IT-технологий.

Литература

1. О чем говорил Валерий Цепкало на посту директора ПВТ [Электронный ресурс] // Портал о бизнесе. — Режим доступа: <https://probusiness.by/opinion/3113-o-chem-govoril-valeriy-cepka-lo-na-postu-direktora-pvt.html>. — Дата доступа: 20.03.2017.

2. Янчевский: «Создать IT-страну» — Беларусь открывает новый этап в развитии сферы высоких технологий [Электронный ресурс] // Белорусский портал TUT.by. — Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/535114.html>. — Дата доступа: 20.03.2017.

3. Лукашенко: в Беларуси в сфере IT-технологий будет взрыв [Электронный ресурс] // Белорусский портал TUT.by. — Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/536169.html>. — Дата доступа: 20.03.2017.

А.Д. Николаев, М.А. Лаврентик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Д.В. Петроченков — канд. юрид. наук

ДОНАТ С ПРАВОВОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ

Одним из последствий информатизации в современном обществе выступает сосредоточение большой денежной массы в сети Интернет. Данное явление закономерно породило желание у многих лиц извлечь из этого доход. Одним из способов является получение так называемого «доната». Донат — способ получения денежного вознаграждения от аудитории развлекательных интернет-платформ, используемый различными лицами для получения дополнительных выгод сверх своего контента.

Следует провести различия между донатом и иными формами получения денежных средств. Так, согласно ч. 1 ст. 553 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее — ГК), под пожертвованием понимается дарение вещи или права в общеполезных целях [1]. Поскольку в белорусском законодательстве отсутствует легальное определение «общеполезных целей», единообразное толкование данного термина невозможно. Наличие определенной цели является обязательным условием отнесения факта получения денежных средств к пожертвованию, причем исходя из диспозиции ч. 1 данной статьи следует, что цель должна иметь общеполезный характер [2, с. 36]. Таким образом, отнесение доната к пожертвованиям является ошибочным, так как он предназначен для личного пользования получателя.

Исходя из вышеизложенного, логичным будет предположение об отнесении доната к институту дарения. Так, в соответствии с ч. 1 ст. 543 ГК дарение заключается в безвозмездной передаче имущества или имущественных прав. Обращаясь к налоговому законодательству Республики Беларусь, обнаруживается факт ограничения размеров дарения, которые не облагаются подоходным налогом с физических лиц. Перечень данных обстоятельств указан в ст. 163 Налогового кодекса Республики Беларусь (далее — НК). Один из пунктов гласит о том, что сумма дарения от всех источников не должна превышать 5555 BYN в течение налогового периода (в соответствии с НК для подоходного налога с физических лиц признается календарный год) [3].

Мы полагаем, что подобного рода деятельность следует рассматривать как особую разновидность доходов физических лиц. В соответствии с ч. 1 ст. 34 НК доходом признается экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае возможности ее оценки и в той мере, в которой такую выгоду можно оценить. Отправление доната, как правило, сопровождается оказанием медиа-услуг, однако не следует отождествлять это с возмездным оказанием услуг.

Исходя из определения предпринимательской деятельности, данной в ст. 1 ГК, можно отождествлять с ней деятельность «стримеров» по причине схожести следующих признаков: систематическое получение прибыли, оказание услуг и неиспользование их для собственного потребления [1].

Таким образом, предлагается выделить донат как особую форму дохода, поскольку деятельность, основанная на общественных началах и безвозмездном характере (проведение самого стрима) с привлечением доната трансформируется в возмездное оказание услуг и может отождествляться с предпринимательской.

Литература

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г., № 218-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 03.02.2017 г. № 14-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 1998.

2. Функ, Я. И. Безвозмездные договоры в правовой системе Республики Беларусь: договор пожертвования, договор безвозмездного выполнения работ (оказания услуг), договор беспроцентного займа / Я. И. Функ // Главный Бухгалтер. — 2006. — № 41. — С. 36–38.

3. Налоговый кодекс Республики Беларусь (особенная часть) [Электронный ресурс] : 29 дек. 2009 г., № 171-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 г. № 15-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2009.

Д.В. Рублеўская

БДЭУ (Мінск)

Навуковы кіраўнік І.У. Вішнеўская — канд. гіст. навук

ПАЛІТЫЧНЫЯ ПРАВЫ ШЛЯХТЫ ВКЛ Ў ПРЫВІЛЕЙНЫ ПЕРЫЯД

Прывілейны перыяд права на тэрыторыі Беларусі ахоплівае XIV — пачатак XVI ст.ст. і мае ў сваім складзе шмат нарматыўна-прававых актаў, якія з’яўляюцца важнымі галінамі права. Што датычыцца тэмы шляхецкага прававога становішча, то ў дадзеным перыядзе яно замацоўвалася агульназемскімі прывілеямі (граматамі).

Першым заканадаўчым актам, які зацвярджаў палітычныя правы шляхціцаў, можна лічыць тры граматы, якія ў наступным юрыдычна аформілі Гарadzельскую ўнію 1413 г. У трэцім грамаце змяшчаўся шэраг дыскрымінацыйных артыкулаў, але ў дадзенай працы акцэнт будзе зроблены на некаторыя з іх: у параграфі трэцім, напрыклад, гаварылася, што толькі каталікі могуць валодаць і карыстацца прывілеямі пануючага саслоўя з боку вярхоўнай улады; у шостым параграфі былі змешчаны забароны на шлюбны паміж каталікамі і праваслаўнымі; а дзявяты параграф устанаўліваў, што на “дастоінства, месцы і пасады” прызначаліся “толькі каталіцкай веры прыхільнікі і падуладныя святой Рымскай царкве”.

Такім чынам, з цягам часу ўсе больш увагі надавалася пытанням менавіта палітычнага становішча шляхты. Гэта было звязана з тым, на маю думку, што шляхецкае саслоўе ўжо знаходзілася на такім этапе свайго развіцця, калі ўжо трывала займала свае месца ў іерархіі палітычнага ладу ВКЛ.

Наступны заканадаўчы акт ВКЛ быў выдадзены каралем і вярхоўным князем ВКЛ Ягайлам ў Гародзі 15 кастрычніка 1432 г. пад час грамадзяскай вайны 1432–1435 гг. Гэты Прывілей ураўноўваў у асабістых і маемасных правах праваслаўных князёў з феодаламі-каталікамі.

Наступным заканадаўчы акт — Прывілей Вялікага князя Літоўскага Казіміра 1447 года пацвярджаў асабістую свабоду і недатыкальнасць баяр, гарантаваў, што за правіннасць павінен адказваць толькі сам вінаваты. У дадзеным акце зацверджана права судовага імунітэту і змяшча-

еще такая норма, которая гарантировала, что земли и дзяржаўныя пасады ў ВКЛ будуць атрымліваць толькі ўраджэнцы ВКЛ.

Яшчэ больш пашырыў правы Прывілей ВКЛ Аляксандра 1492 года, які ўстанавіў, што вялікі князь не мае права адмяняць або змяняць законы, пастановы і судовыя рашэнні, прынятыя разам з радай, якая складалася са шляхты. Рада дзейнічала пад кіраўніцтвам вялікага князя, але ў выпадку яго адсутнасці самастойна вырашала пытанні агульнадзяржаўнага значэння.

З гэтай далейшага пашырэння палітычных і саслоўных правоў шляхты вялікім князем ВКЛ Жыгімонтам Аўгустам 1 ліпеня 1564 г. быў прыняты Бельскі прывілей, згодна якому ўтвараліся выбарныя шляхецкія саслоўныя суды, аддзеленыя ад велікакняжацкай адміністрацыі, абвешчаныя роўнасць шляхты перад судом і законам.

Такім чынам, можна сцвярджаць, што развіццё і пашырэнне правоў шляхты уяўляла сабой павольны працэс заканадаўчага замацавання правоў у Прывілеях. Робячы вынікі гэтага этапу развіцця права, трэба адзначыць, што XIII — канец XIV ст.ст. сталі перыядам фарміравання адзінага класа-саслоўя феадалаў — шляхты.

Літаратура

1. Сагановіч, Г. Нарыс гісторыі Беларусі ад старажытнасці да канца XVIII ст. / Г. Сагановіч. — Мінск : Энцыклапедыкс, 2001. — 412 с.
2. Юхо, Я. А. Гісторыя дзяржавы і права Беларусі : вучэб. дапам. : у 2 ч. / Я. А. Юхо. — Мінск : РІВШ БДУ, 2000. — Ч. 1. — 352 с.
3. Вішнеўскі, А. Ф. Гісторыя дзяржавы і права Беларусі : вучэб. дапам. / А. Ф. Вішнеўскі. — Мінск : Экаперспектыва, 2000. — 319 с.

В.П. Сухопаров
БГЭУ (Мінск)

Научный руководитель **Д. М. Демичев** — д-р юрид. наук

МОЖЕТ ЛИ ЧЕЛОВЕК БЫТЬ ОБЪЕКТОМ ПРАВООТНОШЕНИЯ?

Изучение понятия «человек» в юриспруденции тесно переплетается с изучением субъектов правоотношений. Вместе с тем в юридической науке не решен вопрос: может ли человек быть объектом правоотношения?

Белорусский ученый В.А. Кучинский, ссылаясь на ст. 2 Конституции Республики Беларусь, пишет, что, поскольку «объектами правоотношений являются ценности (блага)», человек как высшая ценность является объектом правоотношения [1], однако такой аргумент в пользу признания человека объектом правоотношения едва ли можно считать убедительным, ведь упомянутая конституционно-правовая норма

имеет декларативный характер и оказывает регулирующее воздействие в той мере, в какой человек, его права и свободы подлежат правовой охране, в какой необходимость уважения человека осознается индивидами. По мнению В.А. Кучинского [1], аргументы, опровергающие возможность рассмотрения человека объектом правоотношений, имеют идеологический характер. С нашей точки зрения, юридической необходимости в признании человека объектом правового взаимодействия не имеется. Обоснование противоположной позиции нормами семейного права (передача ребенка органу опеки и попечительства, одному из родителей) представляется в концептуальном плане исключением и не дает основания считать человека объектом правоотношений. Не все из детей могут «выступать объектами передачи» одному из родителей либо органу опеки и попечительства. Это имеет место в особых предусмотренных законодательством о браке и семье случаях в силу обладания детьми определенных прав, самостоятельное осуществление которых без обеспечения со стороны других лиц невозможно и ставит под угрозу жизнь ребенка. Объектом в рассматриваемом случае будут нематериальные блага (жизнь, здоровье, потребность в заботе) ребенка, на которые он имеет права и нуждается в их обеспечении со стороны обязанных лиц.

В юридической литературе [1] встречаются положения, согласно которым необходимость рассмотрения человека как объекта правоотношений обусловлена тем, что некоторые граждане являются ограниченно дееспособными, недееспособными, а также такими правовыми явлениями, как признание гражданина безвестно отсутствующим, объявление его умершим, выдача граждан иностранным органам уголовного преследования. Вместе с тем при ограничении дееспособности гражданина, признании гражданина недееспособным и т.п. объект составляют фактические обстоятельства (к примеру, тяжелое материальное положение, психическое состояние гражданина), которые имеют значение для правильного разрешения соответствующего дела судом. Говоря о выдаче гражданина как «объекта» иностранному государству для производства процессуальных действий и (или) отбывания наказания, учеными не учитывается весьма важный фактор для такого вывода — это лицо обладает процессуальными правами и обязанностями, что является основанием для признания его именно субъектом правоотношения и опровергает допустимость рассмотрения человека его объектом.

Рассмотрение человека объектом правоотношения, с нашей точки зрения, необоснованно как с идеологической, так и юридической точек зрения. Встречающиеся в юридической литературе противоположные мнения касаются особых предусмотренных законодательством случаев возможности рассмотрения ребенка, ограниченно дееспособного, недееспособного, признанного безвестно отсутствующим лиц и др., что представляется в концептуальном плане исключением и не дает основания считать человека объектом правоотношений. Кроме того, в рассматриваемых случаях не учитывается обладание физическими лицами субъ-

ективными правами и обязанностями, в связи с чем признание человека объектом противоречит постулату теории правоотношения.

Литература

1. *Кучинский, В. А.* Современное учение о правовых отношениях / В. А. Кучинский. — Минск : Интегралполиграф, 2008. — 320 с.

К.М. Трушко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Гавриленко

О ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ПРИНЯТИЯ КОМПЛЕКСНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО АКТА О ГЕНДЕРНОМ РАВЕНСТВЕ

В соответствии с Конвенцией о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин государства-участники, включая Республику Беларусь, обязуются принимать соответствующие законодательные и другие меры, запрещающие всякую дискриминацию в отношении женщин. Конституция Республики Беларусь закрепляет принцип равенства перед законом без всякой дискриминации, однако специальный законодательный акт, регулирующий вопросы гендерного равенства, так и не был принят.

На необходимость принятия соответствующего антидискриминационного закона было указано в рамках Универсального периодического обзора, проводимого Советом по правам человека ООН в отношении Республики Беларусь. Кроме того, на сегодняшний день актуальной является проблема домашнего насилия, прослеживается дисбаланс в позициях мужчин и женщин в социально-экономической сфере, с чем соглашается начальник отдела конституционного права Национального центра законодательства и правовых исследований Республики Беларусь (далее — НЦЗПИ) Н.А. Саванович. Вместе с тем ученый не считает принятие отдельного акта по вопросам обеспечения равенства полов в Беларуси целесообразным, так как предполагаемый документ будет носить декларативный характер и копировать нормы, уже закрепленные в действующем законодательстве.

В связи с данным утверждением целесообразным представляется изучение опыта стран СНГ по указанной проблеме, в частности Закона Кыргызской Республики от 4 августа 2008 г. № 184 «Об основных государственных гарантиях обеспечения гендерного равенства». Подчеркнем, что в данный акт вносились поправки, что свидетельствует о его практической применимости; Закон также содержит положения, которые ранее никогда не были оформлены законодательно (например, ч. 9 ст. 10 Закона). На сегодняшний день из стран СНГ подобные норматив-

ные акты приняли Туркменистан, Казахстан, Таджикистан, Азербайджан, Молдавия и Армения.

Таким образом, принятие отдельного законодательного акта по вопросам обеспечения гендерного равенства обосновывается как зарубежным опытом, так и существующей в современном белорусском обществе ситуацией. Данный закон станет серьезным шагом на пути к ликвидации гендерного дисбаланса в социально-экономической сфере, что в свою очередь способно оказать положительный экономический эффект. Национальный план действий по обеспечению гендерного равенства на 2017–2010 годы, утвержденный Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2017 г. № 149 включает в себя определение целесообразности подготовки комплексного законодательного акта о запрете дискриминации под руководством НЦЗПИ, результатом которого могут стать разработка и принятие соответствующего акта, что, как представляется, является целесообразным.

Секция 12

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ

Ю.А. Артеменко, М.А. Колосова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.А. Ткалич — д-р экон. наук

ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В настоящее время развитие информационно-коммуникационных технологий достигло очень высокого уровня. Создание искусственного интеллекта, беспилотные автомобили, интернет вещей становятся трендами 2017 г. Цель работы — выявить проблемы развития интернета вещей и выявить перспективы его развития в Республике Беларусь.

Интернет вещей (IoT) включает в себя четыре основных сегмента: производственный (индустриальный интернет вещей для различных отраслей), государственный (обеспечение безопасности работников и населения), потребительский (для домашних хозяйств и индивидуальных пользователей) и кросс-индустриальный (связывает все отрасли народного хозяйства).

Несмотря на то что за рубежом идет активное освоение интернета вещей, в Республике Беларусь есть ряд факторов, сдерживающих его развитие: отсутствие законодательной базы и регламентирующего государственного органа по внедрению таких решений, отсутствие альянса между государственными органами и частным бизнесом, включая иностранных участников. Кроме того, в Беларуси существует проблема обеспечения безопасности IT-систем предприятий и физических объектов. Еще одним фактором является недостаточное количество средств в IT-бюджетах на освоение и внедрение новых технологий. Недостаток экспертизы и отсутствие достаточного опыта в разработке бизнес-сценариев и их последующего внедрения на практике также сдерживает развитие интернета вещей в Беларуси.

Несмотря на тот факт, что развитие рынка интернета вещей в Беларуси отстает от мирового уровня, его перспективы оцениваются очень высоко, чему способствуют три ключевых фактора: 1) белорусское правительство поддерживает отечественные IT-компании; 2) в Беларуси находится множество IT-компаний, которые уже имеют достаточный опыт и высокую квалификацию своих сотрудников в области IoT; 3) Беларусь характеризуется наличием одаренной молодежи и большого числа стартапов, которые могут стать успешными в ближайшем буду-

щем. Кроме того, в Республике Беларусь ежегодно проводятся стартап-конкурсы, где разработчики представляют изобретения в области IoT. Данные факторы могут привлечь инвесторов и поднять интернет вещей в Беларуси на новый уровень.

Таким образом, в Республике Беларусь имеется ряд факторов, которые сдерживают развитие интернета вещей, однако данная отрасль не стоит на месте и благодаря поддержке государства и одаренной и талантливой молодежи имеет хорошие перспективы стать прибыльной отраслью уже в ближайшем будущем.

Литература

1. Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016–2022 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 03.11.2015 № 26 [Электронный ресурс] // «Электронная Беларусь» и e-правительство. — Режим доступа: <http://e-gov.by/zakony-i-dokumenty/strategiya-razvitiya-informatizacii-v-respublike-belarus-na-2016-2022-gody>. — Дата доступа: 03.04.2017.

2. Информационные технологии [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. — Режим доступа: http://mfa.gov.by/multilateral/global_issues/it/. — Дата доступа: 03.04.2017.

3. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы (6.1 Цифровая трансформация экономики (информатизация)) [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 15 дек. 2016 г., № 466 // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P31600466>. — Дата доступа: 04.04.2017.

В.А. Бодров
БГУИР (Минск)

Научный руководитель А.П. Бутер

ВНЕДРЕНИЕ ЛОКАЛЬНЫХ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Сегодня локальные вычислительные сети (ЛВС) являются неотъемлемой частью любой организации или домашнего хозяйства, позволяющей повысить эффективность управления их бизнес-процессами. Зачастую успех коммерческой или предпринимательской деятельности напрямую зависит от архитектуры и качества построения ЛВС.

ЛВС — это компьютерная сеть (проводная или беспроводная), покрывающая обычно относительно небольшую территорию или группу зданий с определенной пропускной способностью и производительностью. Внедрение данной технологии способствует повышению производительности труда, рационализации рабочих процессов, снижению административных издержек и затрат на аппаратные средства; уменьшает стоимость обслуживания технических средств. Проектирование локальной

сети на предприятии является сложным и многоступенчатым процессом, требующим изучения структуры сетей, общих принципов их построения, выбора необходимого активного и пассивного оборудования, проектирования структурированной кабельной системы (СКС).

Наиболее популярными сетевыми технологиями в мире являются Ethernet, FastEthernet, GigabitEthernet, FDDI, TokenRing. Основными критериями выбора той или иной технологии для заказчика в большинстве случаев являются стоимость построения, легкость создания и реструктуризации, масштабируемость.

Важным этапом построения ЛВС является выбор ее топологии, которая должна обеспечивать альтернативную маршрутизацию, максимальную надежность передачи данных и оптимальный маршрут передачи блоков данных, предоставлять приемлемое время ответа и необходимую пропускную способность. Все сетевое оборудование ЛВС делится на две группы: пассивное (не потребляющее электроэнергию и обеспечивающее передачу сигнала без его усиления) и активное (энергозависимое, используемое для усиления, преобразования и обработки сетевого сигнала). Пассивное оборудование — это проводники и приспособления для их организации и защиты: кабель, патч-корды, розетки, коннекторы, патч-панели, кабель-каналы, кронштейны, коммутационные шкафы и др. Активное сетевое оборудование включает в себя сетевые адаптеры, коммутаторы, маршрутизаторы или роутеры, репитеры и усилители, точки доступа, GSM-модемы и шлюзы, IP-телефоны и др.

При выборе оборудования для ЛВС следует учитывать несколько важных моментов: соотношение стоимости сетевого оборудования и технических характеристик помещения (площадь, наличие перегородок, ниш, выступов); удовлетворение требованиям заказчика по скорости и пропускной способности (например, для среднего пользователя скорость 100 Мб/с является оптимальной для работы в сети).

Расчет стоимости внедрения ЛВС можно произвести путем суммирования следующих затратных статей: затраты на сырье и материалы; стоимость закупки комплектующего оборудования; основная и дополнительная заработная плата работников; отчисления в фонд социальной защиты и на обязательное страхование от несчастных случаев; расходы на амортизацию.

Можно отметить, что на многих предприятиях выбор технологии построения сети основывается на стандартных вариантах (популярный в настоящее время Ethernet), не принимая во внимание их экономическую эффективность. Вместе с тем на первое место при выборе ЛВС должен ставиться вопрос об относительных денежных затратах на ее построение. Если сеть удовлетворяет всем заданным технологическим требованиям, то выбор варианта с использованием меньшего количества ресурсов (прежде всего денежных) наиболее предпочтителен.

МОДЕЛИРОВАНИЕ АРЕНДНОЙ СТАВКИ НЕДВИЖИМОСТИ

Анализ рынка недвижимости в развивающейся экономике с ее институциональными ограничениями является нетривиальной задачей. При этом можно анализировать как систему субрынков, так и каждый из субрынков в отдельности. При анализе полной системы рынков возникает необходимость в упрощении некоторых системообразующих зависимостей. Это применимо, если целью является зафиксировать экономическую систему в статике. В условиях повышающегося интереса как внутренних, так и зарубежных инвесторов к динамике рынка недвижимости, особую актуальность приобретает анализ субрынков в отдельности.

Базовый сектор на рынке недвижимости — это сектор аренды. Определяя ставки аренды как дивидендный доход собственников недвижимости, приходим к выводу о том, что арендные отношения служат своего рода посредником между реальным и финансовым секторами экономики.

Анализ поведения ставок аренды на рынке недвижимости проводят либо в разрезе факторного анализа влияния качественных характеристик помещений (метод гедонического ценообразования), либо моделирование временных рядов ключевых характеристик арендных ставок.

Моделирование ценообразования на рынке недвижимости при помощи гедонического метода подразумевает оценку регрессии стоимости недвижимости на все качественные характеристики помещения и дамми-переменные периода наблюдения:

$$Y = \beta_1 x + \beta_2 D + \varepsilon, \quad (1)$$

где Y — стоимость квадратного метра; x — вектор качественных характеристик помещения; D — дамми-переменные на каждый период наблюдения.

Применение гедонического метода ценообразования позволяет исследовать рынок максимально глубоко, поскольку дает возможность учесть как фактор времени, так и влияние качественных характеристик предлагаемых в аренду помещений и является универсальным для любого субрынка недвижимости. Существенным ограничением метода является необходимость большого набора характеристик каждого наблюдения в выборке. Не на всех субрынках аренды существует возможность сбора необходимых данных.

Другим распространенным методом исследования стоимости аренды является анализ временного ряда ставок аренды. Преимуществом подхода по сравнению с гедоническим является то, что он не требует полного

набора данных по качественным характеристикам объекта недвижимости, находящегося в выборке. Исследователю необходимо знать только значение реализации зависимой переменной и время наблюдения. Очевидным недостатком является слабая теоретическая применимость такого подхода из-за неоднородности выборки.

Предпочтительным с точки зрения глубины исследования арендной ставки является гедоническое моделирование. Для решения проблемы ограничений стандартной гедонической модели необходимо изменять ее вид для более полного анализа субрынка недвижимости. Выбор типа моделируемого влияния признаков (аддитивного, мультипликативного) и, как следствие, функционального вида регрессионной зависимости должен производиться на основе содержательного анализа предметной области.

Построение мультипликативной статистической модели арендной ставки нежилых помещений фактически включает построение трех математических моделей, сопровождающееся для каждой из них вычислительной частью и анализом качественных характеристик модели с использованием допустимых статистик:

- показательная нелинейная модель;
- линеаризованная модель с фиктивными переменными;
- линеаризованная модель.

М.И. Дедовец, Л.И. Лисицкая
БГЭУ(Минск)

Научный руководитель М.Н. Садовская — канд. техн. наук

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ЭКСПОРТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В настоящее время Республика Беларусь активно влилась в международное движение по экспорту образовательных услуг, что подтверждается утверждением Концепции развития экспорта услуг образования на 2016–2020 годы. По данным Национального статистического комитета [1], в настоящее время в белорусских вузах проходят обучение иностранные студенты из 92 государств.

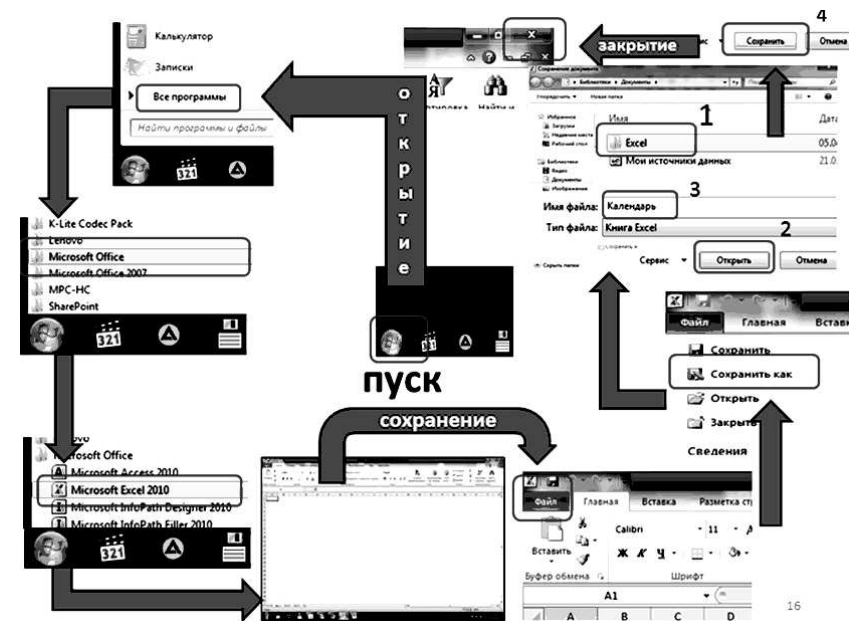
Безусловно, обучение иностранных студентов сопряжено с решением проблемы языкового барьера при обеспечении достаточного уровня обучения, поэтому, чтобы добиться успехов в обучении иностранных студентов, нужны методики, основанные на минимальных языковых средствах, но с большей долей графики. В некотором смысле язык компьютерных технологий является универсальным и основан на графическом интерфейсе пользовательских программ. В этой связи в данной работе изучалась возможность обучения на основе графических ментальных карт.

Ментальная карта — это инструмент представления любого процесса или события, мысли или идеи в комплексной, систематизированной, визуальной (графической) форме [2].

Эффективность обучения иностранных студентов с использованием этого инструмента была проверена на теме «Табличный процессор Excel» дисциплины «Основы компьютерной грамотности».

В экспериментальных целях выбраны следующие задания, которые должны выполнить обучаемые согласно программе дисциплины: 1) создание и сохранение рабочей книги; 2) ввод данных (текста, чисел, формул); 3) форматирование данных.

Для выполнения каждого из заданий разработаны соответствующие ментальные карты. На рисунке приведен пример одной из них.



Ментальная карта «Создание рабочей книги Excel»

Данная карта нацелена на освоение операций создания рабочей книги, ее сохранения и закрытия. Она представляет пошаговое выполнение всех действий.

Разработанные ментальные карты были апробированы на занятиях подготовительного отделения БГЭУ. Эксперимент показал, что метод обучения на основе графических материалов, например ментальных карт, является эффективным и перспективным, делает сам процесс обучения увлекательным, красочным, легким и запоминающимся.

Он может быть рекомендован к использованию при обучении как компьютерным, так другим учебным дисциплинам.

Предложенный способ обучения на основе компьютерной графики направлен на решение одной из актуальнейших проблем современной экономики — экспорт образовательных услуг, позволяя повысить эффективность и качество обучения иностранных студентов.

Литература

1. Новости Республики Беларусь. Сколько иностранных студентов учатся в Беларуси? [Электронный ресурс] // Бизнес-лидер. — Режим доступа: <http://www.profi-forex.by/news.html>. — Дата доступа: 13.04.2017.

2. Ментальные карты. Использование в учебном процессе [Электронный ресурс] // Электронное обучение в вузе. — Режим доступа: <http://cdesbmt.blogspot.com.by/2014/03/blog-post.html>. — Дата доступа: 13.04.2017.

А.И. Дмитриев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Д.А. Оськин**

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВУЗОВ

В современных условиях у кураторов учебных групп в вузах не всегда есть время и возможность отслеживать успеваемость каждого студента индивидуально. Это может иметь множество негативных последствий, избежать которые помогут механизмы интеллектуального анализа образовательных данных. Данные механизмы основаны на кластерном анализе и машинном обучении.

Целью работы является создание простого и понятного программного продукта на основе библиотеки WEKA [1], который позволит преподавателям высших учебных заведений разделять студентов на кластеры в зависимости от их успеваемости. Данное разграничение дает возможность преподавателям подбирать наиболее эффективные методы обучения студентов.

На данный момент технологии кластерного анализа и машинного обучения недостаточно распространены в сфере образования. Преподавателям предлагается использовать полноценные статистические пакеты, которые, имея разнообразный функционал, обладают сложным и непонятным интерфейсом.

Разработанный нами программный продукт имеет максимально простой и понятный интерфейс, внесение массивов данных об успеваемости студентов занимает всего несколько нажатий кнопки мыши, после чего программа генерирует файл, в котором все студенты из исследуемой группы разнесены по нескольким кластерам в зависимости от их успеваемости по результатам первой сессии.

Применение этого механизма позволяет с высокой долей вероятности [2] говорить о том, кто из студентов успешно закончит обучение в учебном учреждении, а кто имеет высокий шанс быть отчисленным из-за низкой успеваемости.

Разработанный программный продукт имеет ряд ограничений, связанных с видом вводимой и выводимой информации. На данный момент программа может принимать и обрабатывать лишь отметки студентов, либо значения «правда» или «ложь». В будущем планируется усложнение методики анализа путем включения в нее большего набора анализируемых факторов.

Механизм кластерного анализа является перспективным методом анализа успеваемости студентов. В совокупности с применением различных методов обучения для разных групп студентов он помогает повысить уровень образования в целом.

Литература

1. Официальный сайт программы WEKA [Электронный ресурс] // Университет Вайкато. — Режим доступа: <http://www.cs.waikato.ac.nz/ml/weka>. — Дата доступа: 25.05.2017.

2. Оськин, А. Ф. Применение интеллектуального анализа образовательных данных для прогнозирования успешности учебной деятельности / А. Ф. Оськин, Д. А. Оськин // Вестн. Полоцк. гос. ун-та. Сер. С, Фундаментальные науки. — 2016. — № 4. — С. 8–12.

А.И. Дмитриев, А.А. Журавкина
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель **Г.Н. Подгорная**

ЧАТ-БОТЫ КАК НОВЫЙ СПОСОБ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

В современном мире люди постоянно заняты, между работой и домом не всегда остается время заехать в магазин за продуктами, посетить какое-либо заведение. Именно по этим причинам была придумана доставка еды.

Актуальность выбранной темы очевидна, так как внедрение чат-ботов в сферу оказания услуг облегчит жизнь людей в условиях динамичности мира и ограниченных временных ресурсов [1].

Целью работы является разработка чат-бота как нового способа оказания услуг, создание чат-бота для платформы Telegram [2].

Сегодня услуги заказа товаров оказываются по телефону, через веб-сайты и мобильные приложения, однако все эти способы имеют свои недостатки, которые могут являться ключевыми для определенных групп покупателей.

Для изучения работы чат-ботов авторами был разработан помощник, позволяющий заказать пиццу. Процесс заказа разделен на не-

сколько логических этапов, которые включают выбор пиццы, выбор комплиментарных товаров (соусов или напитков), выбор способа доставки и др.

Разработанный чат-бот может быть внедрен в условия реально существующей пиццерии, что позволит охватить новые группы покупателей, которые по тем или иным причинам не используют традиционные методы заказа товаров. Программа спроектирована так, что настройка под нужды конкретного бизнеса не приведет к большим денежным или временным затратам.

Хотя данный бот и реализует возложенную на него задачу — позволяет заказать пиццу онлайн, он имеет и ряд недостатков. Например, система может испытывать трудности при работе под высокими нагрузками. Эти проблемы могут быть решены оптимизацией исходного кода или использованием более мощного технического обеспечения.

В рамках данной работы и поставленной цели было проведено исследование, показавшее, что в настоящее время чат-боты можно назвать достойной альтернативой другим традиционным способам взаимодействия бизнеса и клиентов. Тем не менее на территории стран СНГ они пока что не развиты в достаточной степени, чтобы использоваться повсеместно.

Литература

1. Боты как альтернатива мобильным приложениям [Электронный ресурс] // Вебзавод. — Режим доступа: <http://webzavod.ru/blog/boty-kak-alternativa-mobilnym-prilozheniyam>. — Дата доступа: 03.04.2017.
2. Telegram API [Электронный ресурс] // Официальный сайт Telegram Messenger. — Режим доступа: <https://core.telegram.org/>. — Дата доступа: 03.04.2017.

О.В. Ермошко, И.А. Назарович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Е.П. Туркина** — канд. экон. наук

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ БАЗ ДАННЫХ: ОБЪЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ

Первые публикации по проблеме объектно-ориентированных баз данных (ООБД) появлялись в середине 1980-х гг., однако наиболее активно это направление развивается в последние годы, причем с каждым годом увеличивается число публикаций и реализованных коммерческих и экспериментальных систем.

Возникновение направления ООБД определяется прежде всего потребностями практики: необходимостью разработки сложных прикладных информационных систем, для которых технология предшествующих систем баз данных (БД) была не вполне удовлетворительной.

Наиболее важным новым качеством ООБД, которое позволяет достичь объектно-ориентированный подход, является поведенческий аспект объектов. В среде ООБД проектирование, разработка и сопровождение прикладной системы становятся процессом, в котором интегрируются структурный и поведенческий аспекты. Выделяют три аспекта, отсутствующие в традиционной парадигме, но требующиеся в ООБД. Первый аспект касается потребности в средствах спецификации знаний при определении класса. Второй аспект — потребность в механизме определения разного рода семантических связей между объектами разных классов. Третий аспект связан с пересмотром понятия класса, т.е. одновременно поддерживать понятия и типа, и класса объектов.

Из числа архитектур с традиционной организацией наибольшее влияние на объектно-ориентированные СУБД оказали реляционные системы. Многие объектно-ориентированные системы строятся над некоторой существующей реляционной СУБД. Кроме такого применения реляционных систем для упрощения разработки объектно-ориентированной СУБД развитые в реляционных СУБД методы применяются и в заново разрабатываемых объектно-ориентированных системах.

Основная практическая надобность в ООБД связана с потребностью в некоторой интегрированной среде построения сложных информационных систем. В этой среде должны отсутствовать противоречия между структурной и поведенческой частями проекта и должно поддерживаться эффективное управление сложными структурами данных во внешней памяти.

Особый интерес представляет декларативный язык запросов системы O2 RELOOP. Он представляет собой декларативный язык запросов с SQL-ориентированным синтаксисом, основанный на специально разработанной для модели O2 алгебре объектов и значений. Отметим, что важным качеством языка RELOOP является естественность его построения в общем контексте модели.

Связь направления ООБД с направлением дедуктивных БД носит двоякий характер. Во-первых, для структуризации дедуктивных (и вообще логических) БД в последнее время стремятся использовать парадигму объектной ориентированности ООБД. Во-вторых, некоторые механизмы дедуктивных БД пытаются использовать в контексте обычных.

В данной работе представлена общая картина в наиболее важных областях, связанных с управлением ООБД. Практически во всех этих областях имеется масса нерешенных проблем, и потребность в развитых объектно-ориентированных СУБД стимулирует решение этих проблем.

Литература

1. Объектно-ориентированные базы данных: основные концепции, организация и управление [Электронный ресурс] // Форум информационных технологий. — Режим доступа: http://www.citforum.ru/database/articles/art_24.html. — Дата доступа: 19.11.2016.

В.И. Каминская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.И. Астровский** — д-р физ.-мат. наук

ОЦЕНКА ПРОДУКТОВОЙ КОРЗИНЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ТЕОРИИ ПОЛЕЗНОСТИ

Потребительская корзина — это примерный расчетный набор, ассортимент товаров, характеризующий типичный уровень и структуру месячного или годового потребления человека или семьи. Потребительская корзина регулярно подвергается пересмотру — как минимум один раз в 5 лет. Так, в 2010 г. стоимость потребительской корзины для трудоспособного населения составила 47 бел. руб. 83 коп., а в 2017 г. — 383 бел. руб. 34 коп. [1]. Такое увеличение стоимости потребительской корзины во многом обусловлено инфляционными факторами, что и подтверждает актуальность исследуемой работы.

Объектом исследования является изучение оптимального потребления при заданном бюджете, составляющем 200 бел. руб. для трудоспособного населения, путем решения задачи математического программирования.

Предметом исследования является потребительская корзина для трудоспособного населения, включающая следующие продукты: говядина, свинина, сахар, творог, сыр, масло сливочное, масло растительное, яйцо, чай, кофе, соль, мука, хлеб, рис, гречка, макароны, картофель, мясо птицы, рыбопродукты, молоко, кефир, сметана.

Для рассмотрения изменения цен на состав исследуемой потребительской корзины данные о ценах на соответствующие продукты были взяты с официального сайта Национального статистического комитета. Исследуемый период изменения цен: 2009–2016 гг.

Для расчета используются 22 переменные, соответствующие продуктам, а также функция Given в MathCad.

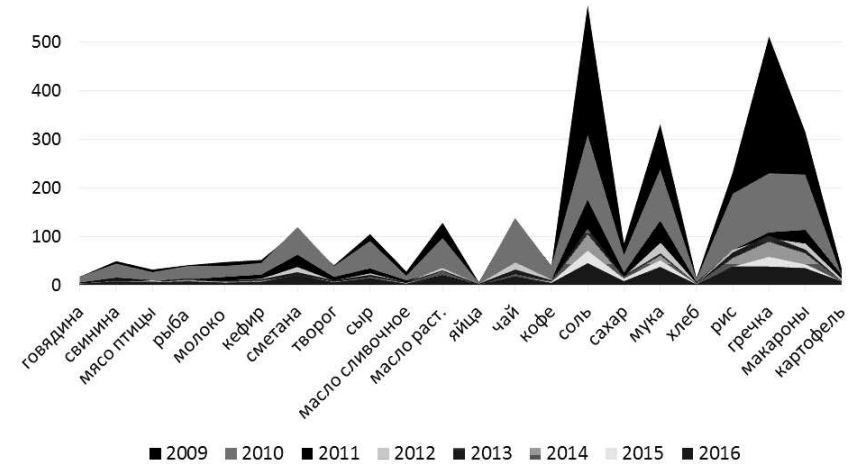
Чтобы построить функцию полезности Ричарда Стоуна для трудоспособного населения необходимо рассчитать доли минимального потребления, рассчитав которые, найдем функции полезности Р. Стоуна по годам по следующей формуле:

$$u(x) = a \cdot x_1^{b_1} \cdot \dots \cdot x_n^{b_n}, \quad (1)$$

где $a_i > 0$, $x_i > b_i \geq 0$ — параметры модели; $b_i \geq 0$ — минимально необходимое количество товара; $a_i > 0$ — относительная «ценность» товара.

На основе полученных функций полезности получаем динамику полезности потребительской корзины по функции Р. Стоуна (см. рисунок).

Объективный анализ исследования показал, что полезность потребления исследуемой потребительской корзины при фиксированном доходе трудоспособного населения с ростом цен на данные продукты уменьшается.



Динамика полезности потребительской корзины по функции Р. Стоуна

В.С. Князева, Е.О. Лабуко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Е.П. Туркина** — канд. экон. наук

МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ: БЛОКЧЕЙН — ТЕХНОЛОГИЯ БУДУЩЕГО?

Все чаще мы сталкиваемся с ситуацией, когда наша жизнь во многом зависит от третьих лиц. Такие необходимые нам операции, как покупка жилья, получение страховки, невозможны без участия банков, страховых фирм и т.д. А какова вероятность того, что нам дадут ложную информацию? С Блокчейн мы отдаем управление деньгами компьютерным и математическим вычислениям.

Предпосылкой создания данной системы стал тот факт, что иногда невозможно подтвердить ту или иную информацию. В Блокчейн невозможно переписать уже внесенные данные.

Считается, что Блокчейн — детище гениального и до сих пор не установленного автора, известного под псевдонимом Сатоши Накамото. Его целью было создание такой системы, которая может корректно переводить цифровые монеты и препятствовать двойной трате без участия иных финансовых учреждений (банков).

Для каких целей может применяться данная технология? Во-первых, механизм Блокчейна обеспечивает крупный оборот транзакций. По данным blockchain.info, сайта, отслеживающего статистику сети, в день совершается 120 тыс. транзакций на сумму около 75 млн долл.:

1) Блокчейн — открытая платформа, таким образом, в Интернете формируется общественная база данных. Блокчейн-приложения можно разделить на три категории: информация, переданная посредством блокчейна; «машина правды»: транзакции могут удостоверить права на все что угодно, так как в цепочку можно записать дополнительную информацию и личные данные, что позволяет избавиться от паролей; «умные контракты», исполняющиеся сами при определенных условиях. Это благотворно скажется на развитии краудфандинга;

2) финансовая сфера. Когда компании производят расчеты между собой, синхронизация внутренних реестров занимает несколько дней, препятствуя движению капитала и увеличивая риски;

3) децентрализованные автономные организации, деятельность которых будет основана на применении умных контрактов;

4) интернет вещей.

Таким образом, можно выделить ряд достоинств и недостатков Блокчейна. К преимуществам можно отнести: безопасность и неуязвимость; доступность любому пользователю мира; открытость информации; идентичность прав и обязательств; участие без посредников; анонимность пользователей; невозможность фальсификации уже внесенной информации; возможность сбора информации в различных сферах жизни; простота использования.

Среди недостатков можно выделить: трудность воплощения системы в реальность в полном объеме; сфера деятельности «черного» рынка; угроза терроризма; большие затраты электроэнергии; концентрация богатств в руках некой элиты.

Пока Блокчейн — новая технология, нашедшая лишь нишевое применение, но идея о том, что доверие можно обеспечить посредством программирования, а не демократии, законности и подотчетности, возможно, не выглядит столь уж фантастической: криптографически фиксируя прошлое и настоящее, можно сильно изменить будущее.

Литература

1. Bitcoin кошелек COINNESSA [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://www.coinessa.com/news/blockchain-kak-osnova-shared-economy/%20https://www.coinessa.com/news/blockchain-kak-osnova-shared-economy/>.

2. Русскоязычный информационный ресурс Bit • Новости [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bitnovosti.com/2015/11/27/economist-blockchain/>.

ПРИМЕНЕНИЕ КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ ЖИЗНИ

При написании работы использованы данные статистического наблюдения в 30 странах следующих факторов: ВВП на душу населения, уровень преднамеренных убийств на 100 тыс. чел., распространенность вредных привычек (потребление алкоголя в год на душу среди взрослого населения), уровень качества жизни пожилых людей, уровень социального развития страны, общие инвестиции в здравоохранение на душу населения, уровень продовольственной безопасности, ВНД на душу населения, уровень экологической эффективности.

На основании данных статистического наблюдения построена корреляционная матрица для определения качественной оценки тесноты связей между факторами. Затем, после проверки корреляционной матрицы на наличие мультиколлинеарности, создан протокол регрессионного анализа, из которого сделаны следующие выводы: значения для факторов уровня преднамеренных убийств на 100 тыс. чел. и уровня социального развития страны признались статистически значимыми по критерию Стьюдента, а само уравнение регрессии в целом призналось адекватным по критерию Фишера—Снедекора. После данного анализа выведено уравнение регрессии для расчета средней продолжительности жизни.

На основании проведенного анализа можно сделать следующие вывод: продолжительность жизни зависит от всех выбранных факторов. Наибольшее влияние оказывают два показателя: число преднамеренных убийств на 100 тыс. чел. (данный показатель достаточно точно характеризует уровень физической безопасности в той или иной стране, а также в значительной мере отражает состояние социального климата и отношение к человеческой жизни в целом) и уровень социального развития страны (данный показатель включает в себя три основные группы показателей: основные потребности человека, основы благополучия человека, возможности развития человека, поэтому можно говорить о высокой значимости данного показателя).

Также на основании анализа статистических данных выявлено, что высокую продолжительность жизни имеют страны, у которых высоки уровень продовольственной безопасности, ВНД на душу населения и уровень экологической эффективности.

Важно отметить, что расчеты произведены при помощи программы Microsoft Excel. Использование компьютерной техники делает осуществимым корреляционно-регрессионный анализ даже для неспециалистов. Данный метод можно применять для изучения различных экономиче-

ских явлений. Исследование корреляционных связей необходимо для планирования и управления в сфере экономики. Достижение стабильности — одна из важнейших целей экономической политики.

Ж.Н. Колтович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **И.В. Денисейко**

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

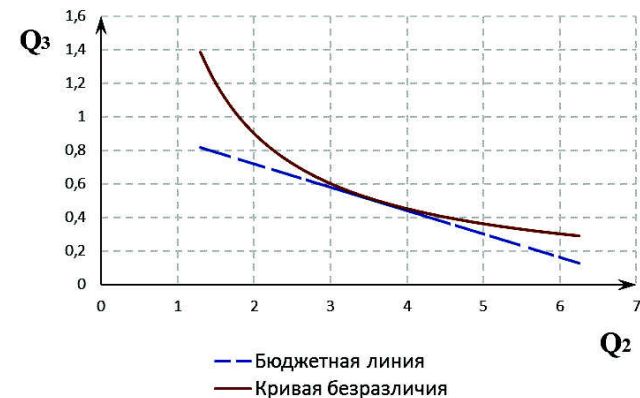
Потребитель в современной экономике является одной из ключевых фигур, поведение которых формирует рыночный спрос и предложение. Теория потребления изучает принципы рационального поведения потребителя на рынке товаров и объясняет, как он осуществляет выбор рыночных благ, необходимый для удовлетворения его потребностей. Выработанные данной теорией подходы позволяют понять процесс формирования спроса на конкретные виды товаров.

Для задачи были взяты реальные статистические данные по потреблению основных продуктов питания (в нашем случае это мясо и мясные продукты, рыба и рыбные продукты, картофель) на человека в месяц, по ценам на данные товары, а также реальные денежные доходы на одного человека в месяц. Для изучения зависимости потребления данных продуктов питания от цены на данный вид продукта, дохода потребителя и цен на товары-заменители был проведен корреляционно-регрессионный анализ по полученным статистическим данным, а также построены кривые Энгеля для трех видов продукции [1].

В соответствии с регрессионными моделями потребление мяса и мясных продуктов не зависит от доходов потребителей. В случае рыбы и рыбных продуктов на их потребление значительно влияют доходы потребителей, а также цена на мясо и мясные продукты. На потребление картофеля не оказывают значимого влияния его цена и доходы потребителей [2].

При определении степени чувствительности потребления товаров к изменению дохода и цен рассчитаны средние коэффициенты эластичности потребления от цены, доходов и цен на товары-заменители [3]. Потребление рассматриваемых продуктов является неэластичным по предложенным факторам. Наибольшая эластичность наблюдается в потреблении рыбы. При увеличении доходов на 1 % величина ее потребления увеличивается на 0,64 %.

Иногда важно знать, при каком количестве двух товаров полезность их суммарного потребления будет наивысшей для потребителя. Для этого рассмотрен абстрактный пример построения точки равновесия потребления картофеля и рыбы при помощи построения точки пересечения кривой безразличия и бюджетной линии (см. рисунок).



Равновесие потребления картофеля и рыбы при денежном доходе 5 млн неденоминированных руб.

Таким образом, для достижения максимальной полезности от потребления рыбы и картофеля при денежных доходах в размере 5 млн руб. (до деноминации) оптимальный набор продуктов будет: 12,5 кг картофеля и 89 кг рыбы. Следует еще раз подчеркнуть, что эта точка равновесия найдена для определенного уровня доходов и при абстрактном условии, что питание будет состоять только из рыбы и картофеля.

Литература

1. Минюк, С. А. Математические методы и модели в экономике : учеб. пособие / С. А. Минюк, Е. А. Ровба, К. К. Кузьмич. — Минск : ТетраСистемс, 2002. — 432 с.
2. Бывшев, В. А. Эконометрика : учеб. пособие / В. А. Бывшев. — М. : Финансы и статистика, 2008. — 480 с.
3. Бондарь, В. А. Микроэкономика : учебник для вузов / В. А. Бондарь, В. А. Воробьев. — Минск : БГЭУ, 2015. — 429 с.

А.И. Кулакевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.А. Гордич** — канд. техн. наук

БЕЛОРУССКИЕ ТОРГОВЫЕ КОМПАНИИ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

На современном этапе развития информационной культуры существенно возросла роль социальных сетей не только в повседневной жизни общества, но и в развитии коммерческой деятельности [1].

Актуальность данной работы обусловлена тем, что все большее значение приобретает умение продавцов бороться за своего покупателя в социальных сетях. От количества подписчиков в социальных сетях зависит прибыль компании.

Целью работы является изучение методов продвижения товара в социальных сетях. Предмет исследования — обувные компании Беларуси. Основная задача — определить, как различные методы продвижения товаров влияют на число подписчиков в социальных сетях.

В настоящей работе был выполнен анализ числа подписчиков известных обувных компаний Kari, Belwest, Shagovita, Marko, Aladen, Sivelga в социальных сетях ВКонтакте и Instagram. Первое место по числу подписчиков занимает обувная компания Kari (350 тыс. подписчиков ВКонтакте и 75,5 тыс. в Instagram). На последнем месте находится компания Sivelga (79 подписчиков ВКонтакте, 8 — в Instagram). Существенная разница в количестве подписчиков связана с различными методами продвижения товаров в социальных сетях.

Kari — компания розничной торговли, предлагающая своим покупателям разнообразный ассортимент модной обуви. В качестве главного изображения в Instagram и ВКонтакте компания Kari использует баннер с товаром, что очень полезно для продвижения бренда. В описании профиля добавлена ссылка на интернет-магазин. В публикациях используются эмодзи — графический язык, где вместо слов применяются сочетания картинок, хорошо передающих эмоции автора поста и привлекающих потенциальных покупателей. Компания регулярно добавляет публикации для того, чтобы пользователи не утратили интерес к ее профилям в социальных сетях. На страницах компании Kari предлагается большое количество конкурсов, в которых можно выиграть очень ценные призы, викторины и голосования, которые сразу привлекают внимание потенциальных покупателей. Кроме того, имеется раздел с обсуждениями, где пользователи могут узнать информацию о платежных картах, акциях, рассрочках, победителях в конкурсах и т.п.

Обувная компания Sivelga — предприятие, специализирующееся на производстве модельной и повседневной мужской и женской обуви, а также подростковой обуви из натуральной кожи. Компания никак не заинтересовала пользователей социальных сетей, поэтому и оказалась на последнем месте. Компании надо было заранее подумать о том, каким именно образом они будут продвигать товар, будут ли заказывать рекламу, какая аудитория им нужна и прочее. Компании необходимо создать альбомы с обувью, открытые для пользователей и форумы для обсуждения различных моделей обуви. На страницах компании необходимо проводить различные конкурсы, голосования, викторины. Необходимо делать все, чтобы каждая страница компании стала интересна любому пользователю, а дополнительной функцией его стала продажа обуви. Такой путь является рациональным и поможет всем компаниям привлечь больше клиентов.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что правильное использование различных методов по привлечению подписчиков в социальных сетях позволит любой компании добиться увеличения прибыли.

Литература

1. Роль социальных сетей в современном маркетинге и менеджменте [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «Киберленинка». — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialnyh-setey-v-sovremennom-marketinge-i-menedzhmente>. — Дата доступа: 07.03.2017.

Е.А. Лапицкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.А. Ткалич — д-р экон. наук

ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО ДЛЯ ГРАЖДАН

Развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) меняет бизнес-процессы в коммерческих организациях и в государственных учреждениях. Прогресс ИКТ подталкивает систему государственного управления к стадии, на которой любой гражданин сможет получить доступ к услугам посредством цифровых каналов связи без необходимости посещения госучреждений.

По пути информатизации общества и расширения применения ИКТ идет и Беларусь. Одним из направлений деятельности является создание в нашей стране электронного правительства. Автоматизация процессов и создание веб-сайтов нельзя назвать внедрением и эффективным функционированием электронного правительства, поэтому, несмотря на высокое развитие ИКТ в нашей стране, степень электронного участия граждан является скромной. По данному показателю в рейтинге ООН Беларусь в 2016 г. занимала 76-е место, а значит, процесс создания электронного правительства в Беларуси далек от успешного завершения. Целью работы является изучение международного опыта внедрения электронного правительства для граждан с целью оценки его применимости для Республики Беларусь.

Среди постсоветских стран наибольшего прогресса в оказании цифровых государственных услуг достигла Грузия. Рассмотрим ее опыт и попытаемся предусмотреть возможные шаги на пути к намеченной цели.

Первым этапом внедрения электронного правительства стало создание правительственной сети Грузии. Для внедрения системы были привлечены средства частных инвесторов, само функционирование сети осуществлялось на условиях оплаты по льготной цене, составляющей 25 % рыночной. Прорывным моментом во взаимоотношениях с гражда-

нами стал идентификационный номер гражданина, выполняющий функции электронной цифровой подписи (ЭЦП). Именно это дало возможность рядовым гражданам получить доступ к услугам в электронном виде. В нашей стране такими возможностями располагают только юридические лица, оформившие и получившие ключ для ЭЦП.

На базе интегрированной торговой площадки в Грузии создана система государственных закупок, которая по степени прозрачности не имеет аналогов в мире. Для координации ее работы создано Национальное агентство по обмену данными. Все это стало платформой, которая позволила создать центры государственных услуг по всей стране, то есть стала реализовываться на практике концепция оказания максимального количества государственных услуг высокого качества за минимальное время.

Заслуживает внимания и ряд реализуемых проектов по оказанию государственных услуг в сетевых частных организациях, таких как кафе и банки. Например, JUST Safe представляет собой партнерство государственных учреждений с заведениями общественного питания, в рамках которого выполнение административных процедур можно совместить с обедом.

В Беларуси главными проблемами являются не технологические вопросы, а отсутствие базы электронного взаимодействия граждан и государственных учреждений, недостаточное понимание необходимости формирования процессов работы органов управления в сторону их упрощения.

В этой связи предварительная критическая оценка и совершенствование административных процессов и процедур по аналогии с опытом Грузии могут оказать значительное содействие в создании устойчивого фундамента системы государственного управления в Беларуси для последующей «надстройки» электронного правительства.

Д.В. Милош, А.О. Кириллова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.В. Денисенко — канд. физ.-мат. наук

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

По данным Министерства образования Республики Беларусь, на сегодняшний день количество студентов достигло 330 чел. на 10 тыс. населения. Стоимость платного образования для студентов в БГУ доходит до 1370 долл. в год [1], а в США данный показатель составляет около 15 тыс. долл. По данным зарубежных экспертов, каждый доллар, вложенный в образование, приносит 3–6 долл. прибыли [2, с. 85]. Если предположить, что мы начнем готовить студентов по американским

затратам, то это может дать ежегодную прибыль в размере 62 млрд долл. США. Это более трех годовых бюджетов Беларуси. Следует понимать, что расходы на образование сегодня — «вложения капитала в завтрашний день», именно поэтому во всем мире образование стало важнейшим направлением инвестирования.

В основу работы легла модель, разработанная учеными Ярославского университета. Модель включает три основные переменные, характеризующие состояние и развитие общества: объем производства; объем доступных материальных ресурсов; объем интеллектуальных ресурсов [2, с. 94].

Целью работы явилась интерпретация модели при изменении значений двух параметров: параметра « e », который показывает долю национального продукта, идущего на образование и науку; параметра « b », который показывает, насколько экономика восприимчива к новшествам в сфере технологий (доля предприятий, эффективно использующих новые технологии).

В ходе исследования были получены следующие результаты.

В случае если экономика невосприимчива к нововведениям ($e = 0,05$, $b = 0,05$), не имеет развитого производства, научно-образовательной сферы, но обладает довольно большим объемом неосвоенных природных ресурсов, первоначально наблюдается быстрый рост производства. Вместе с тем интеллект никак не используется в производстве, поэтому рост сопровождается довольно быстрым истощением природных ресурсов, и когда их объем падает ниже определенной черты, начинается быстрый спад. В результате производство постепенно стабилизируется на уровне, отвечающем потреблению только возобновляемых ресурсов.

В случае если имеет место «технологический рывок» ($e = 0,07$, $b = 0,3$), общество достигает некоторого уровня развития, после чего происходит смена основных ресурсов развития и дальнейший рост производства обеспечивается интеллектуальной сферой.

В случае уменьшения финансирования интеллектуальной сферы до 3 % ($e = 0,03$, $b = 0,3$) к критическому моменту начала спада производства развитие интеллектуальной сферы не достигнет необходимого уровня и не сможет оказать заметного влияния на развитие общества.

В случае недостаточного усвоения новаций ($e = 0,07$, $b = 0,15$) происходит выход на уровень возобновляемых ресурсов, однако увеличение финансирования интеллектуальной сферы приводит к качественной смене режима — быстрому росту производства вместо спада.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: необходимо помнить, за счет чего развивается общество; для преодоления проблем необходимо развивать интеллектуальную сферу, используя ее как ресурс развития; существует пороговый уровень финансирования интеллектуальной сферы, ниже которого она быстро теряет способность играть роль ресурса развития общества.

Литература

1. Министерство образования Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://edu.gov.by/>. — Дата доступа: 20.03.2017.
2. *Ходаков, В. Е.* Высшее образование в Украине: взгляд со стороны и изнутри / В. Е. Ходаков. — 2-е изд. — Херсон : ХНТУ, 2006. — 338 с.

К.И. Павловская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель К.А. Забродская — канд. экон. наук

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью реализации приоритетных направлений информатизации, развития информационного общества и цифровой экономики Республики Беларусь [1], совершенствования теоретических положений и методических подходов к оценке развития информационно-коммуникационной инфраструктуры (ИКИ), что предопределило основные задачи работы:

- исследовать теоретические аспекты развития инфраструктуры, раскрыть сущность и дополнить классификацию ИКИ;
- разработать функциональную модель оценки развития ИКИ;
- выполнить анализ состояния и тенденций развития ИКИ и определить систему факторов и показателей ее оценки;
- разработать методику оценки и практические рекомендации по ее применению в национальной экономике.

В рамках каждой задачи получены следующие результаты, обладающие научной новизной:

- сформирована система классификационных признаков ИКИ: по функциональному назначению; по масштабу действия; по сфере хозяйственной деятельности. Это позволит не только улучшить информационную базу ключевых показателей ИКИ, но и совершенствовать статистический учет, повысить эффективность оценки развития, учитывать специфику ИКИ в экономике;
- посредством функционального моделирования формализованы основные этапы оценки развития ИКИ: 1) принятие решения о необходимости проведения оценки; 2) определение факторов и показателей оценки развития ИКИ; 3) моделирование и проведение оценки развития ИКИ; 4) анализ результатов оценки развития ИКИ; 5) разработка рекомендаций по развитию ИКИ. Это позволит совершенствовать методологию исследования ИКИ с целью выявления значимых факторов усиления ее конкурентных преимуществ на национальном и мировом уровнях;

- сформирована система показателей, характеризующая факторы сетевой доступности, степени охвата общества информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), информационной безопасности [2]. Это позволит выявить отношения между частными, комплексными и обобщающими показателями развития ИКИ, сформировать информационную базу исследования;

- на основе авторской функциональной модели с учетом предложенной системы показателей разработана методика, включающая экономико-математические модели для расчета обобщающего и комплексных индексов развития ИКИ [2] и рекомендации по применению инструментальных средств анализа для определения приоритетных направлений совершенствования ИКИ в Республике Беларусь.

Практическая и социально-экономическая значимость результатов исследования заключается в возможности их использования: при разработке государственной политики по обеспечению конкурентных преимуществ различных сфер экономики на национальном и мировом уровнях; в практической деятельности экономических субъектов при планировании ключевых показателей развития и повышении эффективности; при подготовке высококвалифицированных специалистов в сфере ИКТ.

Литература

1. Стратегия развития информатизации Республики Беларусь на период 2016–2020 гг. : утв. на заседании Президиума Совета Министров от 03.11.2015 № 26 // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. — 2015. — № 54. — 5/32317.

2. *Павловская, К. И.* Система показателей оценки развития информационно-коммуникационной инфраструктуры / К. И. Павловская, К. А. Забродская // Новые математические методы и компьютерные технологии в проектировании, производстве и научных исследованиях : материалы XX Респ. науч. конф. студентов и аспирантов, Гомель, 20–22 марта 2017 г. : в 2 ч. / Гомел. гос. ун-т ; редкол.: О. М. Демиденко [и др.]. — Гомель, 2017. — С. 223–224.

Д.Ю. Скопец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.Н. Говядинова

ОБЛАЧНЫЕ ХРАНИЛИЩА ДАННЫХ: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА GOOGLE DOCS И WORD ONLINE

Целью работы является сравнительный анализ программных продуктов, предоставляемых провайдерами облачных услуг и используемых для создания документов с последующим их хранением в облачных хранилищах данных.

Облачное хранилище данных — выделенное пользователю пространство на жестком диске сервера, находящегося в сети Интернет. Существует множество облачных хранилищ (iCloud, Dropbox, Amazon Web Services, Яндекс.Диск и др.). Наиболее известные облачные сервисы для совместной работы онлайн и обмена данными — OneDrive (Microsoft) и Google Drive (Google), которые различаются тарифными планами, функционалом и объемами памяти, предоставляемой пользователю. Чаще всего пользователю необходимо заполнять их различными документами, для создания которых используются сервисы этих облаков Office 365 и Google Apps. Оба этих программных продукта включают в себя многофункциональные веб-приложения, предназначенные для организации совместной работы и обмена информацией.

Автором проведен сравнительный анализ Word Online (компонент Office 365) и Google Docs (компонент Google Apps), предназначенных для работы с текстовыми документами (см. таблицу).

Характеристики Google Docs и Word Online

Признак	Google Docs	Word Online
1	2	3
Возможность редактировать документы без авторизации в учетной записи	Есть	Есть
Интеграция с файловым хранилищем	Есть (Google Drive)	Есть (One Drive, Яндекс.Диск)
Возможность работать без подключения к интернету	Есть (через браузер Chrome)	Нет
Возможность открывать файлы приложения офлайн-средствами	Нет (можно открыть только приложениями Google)	Есть (можно открыть в MS Office, Pages)
Возможность распечатать документ	Есть	Есть
Отправка документа по почте прямо из текстового редактора	Есть	Есть
Вставка математических формул	Есть	Нет
Вставка диаграммы	Есть, в том числе из MS Excel	Нет
Вставка номеров страниц, колонтитулов	Есть	Есть
Шаблоны	Есть (сотни)	Есть (20 штук)
Признак	Google Docs	Word Online
Вставка картинок по ссылке из Интернета	Есть	Есть
Интеграция с чатом в Skype	Нет (но можно прикреплять к чату в Hangouts)	Есть

1	2	3
Горячие клавиши	Есть	Есть
Возможность расширять функциональность с помощью дополнений	Есть	Нет
Комментарии	Есть	Есть
Режим чтения	Нет	Есть
Вставка таблиц	Есть	Есть
Возможность создания собственного стиля	Нет	Есть
Возможность кадрирования и перетаскивания изображения	Есть	Нет
Защита файла паролем	Нет	Нет
Поддерживаемые форматы файлов	С искажениями	doc, docx

Данный перечень характеристик позволяет оценить функциональность этих компонентов и выбрать тот, который в наибольшей степени соответствует потребностям пользователя.

Образовательные учреждения, соответствующие определенным требованиям провайдера, могут бесплатно получить тарифный план Office 365 или приобрести подписку на планы с расширенными возможностями со значительной скидкой. Чтобы воспользоваться преимуществами этого предложения, учебному заведению необходимо пройти проверку.

Google Apps (без проведения проверок) предоставляет возможность образовательным учреждениям бесплатно воспользоваться пробным пакетом услуг.

А.А. Устименко
БГУ(Минск)

Научный руководитель **А.Н. Наганович**

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПЛАНИРОВАНИЯ С ПОМОЩЬЮ ПОСТРОЕНИЯ ДЕРЕВА ЦЕЛЕЙ

В настоящее время в процессе планирования производства специалисты сталкиваются с отсутствием налаженных связей между производственными участками и регламентированного процесса принятия, производства и отгрузки товаров, а также несоблюдением сроков поставки сырья.

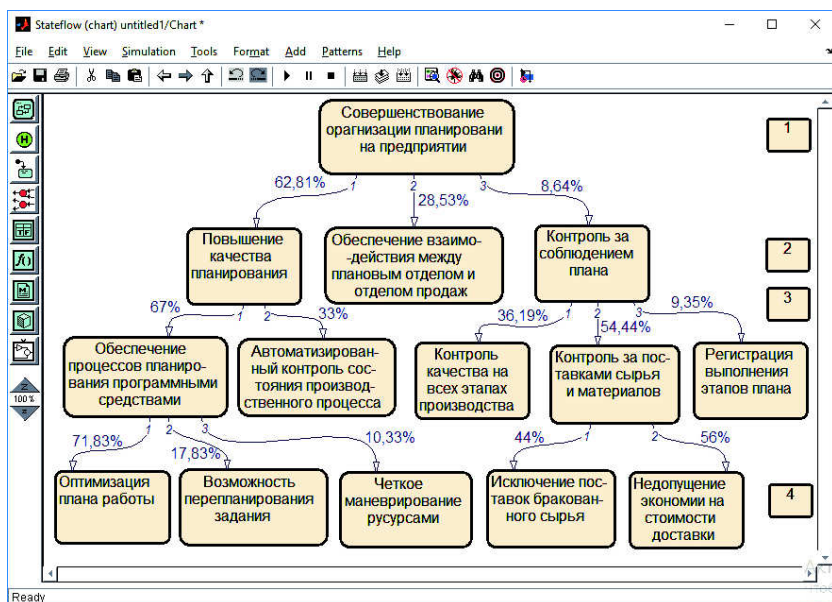
На данный момент процесс производства планируется вручную посредством MS Excel, что исключает возможность оперативного измене-

ния плана, своевременного контроля его исполнения: часто принимаемые отделом продаж заказы накладываются на существующий план, что вызывает необходимость его постоянной ручной корректировки [1, 2].

В связи с имеющимися недостатками в области планирования сформируем дерево целей, призванное решить существующие проблемы для предприятия легкой промышленности.

Для оценки различных вариантов совершенствования организации планирования будем использовать метод анализа иерархий (МАИ), считая матрицы парных сравнений (коэффициенты относительной важности) по нашей задаче заданными [3].

На основании проведенных расчетов сформируем дерево целей (см. рисунок) с указанием количественных оценок приоритетов.



Количественные оценки приоритетов дерева целей

На заключительном этапе анализа выполняется синтез (линейная свертка) приоритетов на иерархии, в результате которого вычисляются приоритеты альтернативных решений относительно главной цели. Лучшей считается альтернатива с максимальным значением приоритета [4].

В данном случае получаем максимальную оценку приоритета, равную 0,3022, по критерию «Оптимизация плана работы»: автоматическое форсирование работ и перераспределение работ по срочности

выполнения заказа, а не его стоимости, определение резервов времени, использование которых приведет к экономии средств. Все предложенные мероприятия должны осуществляться автоматически и корректироваться при получении новых заказов.

Литература

1. Ильин, А. И. Планирование на предприятии : учеб. пособие / А. И. Ильин. — Минск : Новое знание ; М. : ИНФРА-М, 2011. — 668 с.
2. Кукушкин, С. Н. Планирование деятельности на предприятии : учеб. пособие / С. Н. Кукушкин, В. Я. Поздняков. — М. : ИНФРА-М : Новое знание, 2012. — 326 с.
3. Саати, Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий : учеб. издание / Т. Саати. — М. : Радио и связь, 1993. — 278 с.
4. Уварова, В. И. Использование метода анализа иерархий : учеб. пособие / В. И. Уваров, В. Г. Шуметов. — Орел : ОрелГТУ, 2007. — 179 с.

Секция 13

НАЦИОНАЛЬНАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ

О.А. Боровикова

Финансовый университет (Москва)

Научный руководитель А.А. Прудникова — канд. экон. наук

ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ

Стабильность и эффективность мировой валютной системы зависит от того, в какой степени ее устройство соответствует текущим экономическим потребностям государств. Возможно рассмотреть несколько проблем реформирования современной валютной системы.

Во-первых, функционирование многовалютного стандарта напрямую зависит от того, смогут ли выбранные валюты эффективно выполнять главные функции мировых денег, в первую очередь, международного резервного и платежного средства. Включение китайского юаня [1] в валютную корзину СДР в октябре 2016 г. диверсифицировало международные резервные и платежные средства, однако доллар США, по мнению экспертов, в среднесрочной перспективе останется главной мировой валютой [2] (его доля на рынке составляет более 85 % по состоянию на 2016 г. [3]).

Во-вторых, трансформация СДР в наднациональную валюту позволила бы поддержать стабильность мировой валютной системы, однако достижение этой цели возможно при условии снижения зависимости СДР от курса доллара США, который имеет наибольший удельный вес в корзине (41,73 %).

Третьей проблемой реформирования МВС является принятие наиболее оптимального режима валютных курсов. Учитывая, что текущая курсовая политика МВФ, ориентированная на поддержание их свободного плавания, имеет ряд негативных последствий (необходимость проведения валютных интервенций для предотвращения резких колебаний курсов, возникновение «мыльных пузырей» на мировых финансовых рынках и др.), можно утверждать, что более справедливым решением стало бы гарантирование права каждой страны самостоятельно выбирать режим валютного курса для осуществления его необходимых корректировок в национальных интересах.

Определение роли золота в системе мировых валютных отношений является еще одной важной проблемой на пути реформирования МВС. На сегодняшний день фактические объемы его использования как меж-

дународного резервного актива значительны и стабильны (например, доля официальных золотых резервов США по состоянию на 2016 г. составляет 8133,5 т [4]). Учитывая текущие объемы использования золота в мире, целесообразно официально закрепить его статус в качестве международного резервного актива и четко определить процедуру проведения операций с золотом для центральных банков стран.

Регламентация деятельности институциональной структуры МВС является важным шагом на пути ее реформирования. Деятельность МВФ является малоэффективной, поскольку организация за все время функционирования не смогла выполнить главную цель — обеспечить равноправное международное экономическое сотрудничество стран с разным уровнем экономического развития и сохранить валютную стабильность в мире. Проведение реформы квот и управления МВФ («Реформа 2010») направлено на усиление позиций развивающихся экономик в системе МЭО, укрепление законности процесса принятия решений, предоставление институту дополнительных ресурсов для лучшего реагирования на будущие кризисы. Данные меры включают в себя три главные [5]: реформа квот и прав голоса, перестройка кредитного механизма, изменения в распределении СДР в целях повышения уровня глобальной ликвидности.

Перспективы развития мировой валютной системы будут определяться успешным проведением необходимых преобразований, направленных на повышение устойчивости МВС к кризисным потрясениям.

Литература

1. МВФ включает китайский юань в корзину специальных прав заимствования [Электронный ресурс] // Международный валютный фонд. — Режим доступа: <https://www.imf.org/ru/News/Articles/2016/09/29/AM16-NA093016IMF-Adds-Chinese-Renminbi-to-Special-Drawing-Rights-Basket>. — Дата доступа: 15.03.2017.
2. Красавина, Л. Н. Тенденции и перспективы реформирования мировой валютной системы / Л. Н. Красавина // Век глобализации. — 2011. — № 1 (7). — С. 29–43.
3. Статистика Банка международных расчетов [Электронный ресурс] // Банк международных расчетов. — Режим доступа: <https://www.bis.org/statistics/index.htm?m=6%7C37>. — Дата доступа: 18.03.2017.
4. Всемирный совет по золоту [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gold.org/>. — Дата доступа: 20.03.2017.
5. GoldDemandTrends: FirstQuarter 2015 [Electronicresource] // WorldGoldCouncil. — Mode of access: http://www.gold.org/download/file/3769/GDT_Q1_2015.pdf. — Date of access: 18.03.2017.
6. Международные валютно-кредитные отношения : учебник и практикум для бакалавров / Е. А. Звонова [и др.] ; под общ. ред. Е. А. Звоновой. — М. : Юрайт, 2015. — 687 с.
7. Международный финансовый рынок : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под общ. ред. М. А. Эскиндарова, Е. А. Звоновой. — М. : Юрайт, 2017. — 453 с.

М.Э. Денисламов, В.А. Заусаева
Финансовый университет (Москва)

Научный руководитель **М.С. Шальнева** — канд. экон. наук

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Технология блокчейн — одно из самых важных изобретений, которое может революционизировать цифровой мир [1]. Блокчейн представляет собой базу данных записей или публичного регистра всех транзакций или цифровых событий, которые проверяются консенсусом большинства участников системы. В настоящее время многие страны решили обратиться к технологии распределенного реестра, например, 6 марта 2017 г. Д. Медведев заявил о рассмотрении возможности применения технологии блокчейн в системе государственного управления и экономике РФ [2]. В Беларуси, БелВЭБ намерен использовать эту технологию в сделках торгового финансирования российских и белорусских компаний [3]. В связи с этим целью исследования является изучение возможности применения блокчейн в аппарате государственного управления и экономике Беларуси.

В работе подробно проанализированы три сферы, в которых технология блокчейн имеет потенциал для развития: финансы и торговля, государственное управление, здравоохранение. В каждой из данных сфер комплексно рассмотрены реальные возможности для применения данной технологии, определены преимущества и ограничения в применении.

Выявлено, что блокчейн является одной из инновационных технологий, которая определит всю будущую инфраструктуру оказания финансовых услуг и осуществления различных торговых операций. Главным ее преимуществом является предоставление участникам рыночных отношений достоверной информации о финансовом состоянии контрагентов, что позволяет лучше оценивать риски и принимать взвешенные решения по сделкам [4]. Рассмотрено применение блокчейн в банках и торговых организациях.

Проанализирован иностранный опыт применения блокчейн (и планов) для нужд правительственных организаций. Спектр достаточно широк: взимание налогов, осуществление разнообразных социальных выплат гражданам, электронные выборы и референдумы, выпуск паспортов и лицензий, регистрация собственности, аутентификация при оказании общественных услуг и др. Главными сдерживающими факторами являются регуляторные ограничения и недостаточная развитость самой технологии блокчейн [5].

В заключение сделан вывод о том, что блокчейн открывает двери для развития демократической, открытой и масштабируемой цифровой экономики. У этой «разрушительной» технологии есть огромные возможности, и революция в этом пространстве только началась.

Литература

1. Blockchain Technology [Электронный ресурс] // University of California. — Режим доступа : <http://scet.berkeley.edu/wp-content/uploads/BlockchainPaper.pdf>. — Дата доступа: 24.03.2017.
2. Медведев поручил изучить применение блокчейн в РФ [Электронный ресурс] // Вести Экономика. — Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/82210>. — Дата доступа: 24.03.2017.
3. Белоруссия внедрит блокчейн в торговые отношения с Россией [Электронный ресурс] // COINFOX. — Режим доступа: <http://www.coinfox.ru/novosti/6751-belorusiya-vnedrit-blokchejn-v-torgovye-otnosheniya-s-rossiej>. — Дата доступа: 24.03.2017.
4. The Future of Financial Infrastructure [Electronic resource] // WEF. — Mode of access: http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_future_of_financial_infrastructure.pdf. — Date of access: 24.03.2017.
5. Building Trust in Government [Electronic resource] // IBM Company. — Mode of access: <https://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?htmlfid=GBE03801USEN&>. — Date of access: 24.03.2017.

Ю.М. Ефименко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.А. Акулич** — канд. экон. наук

РОСТ РОЖДАЕМОСТИ И УЯЗВИМОСТЬ ДЕТЕЙ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В Беларуси начиная с 2000-х годов был предпринят ряд действенных мер по стимулированию рождаемости. Как следствие — в последние 10 лет отмечается рост рождаемости. Вместе с тем на новые стимулы по-разному откликнулись женщины в зависимости от возраста и местности проживания. Наиболее активно (особенно в последние 4–5 лет) увеличили рождаемость женщины в возрастной группе 20–24 года, проживающие в сельской местности. Если в 2005–2010 гг. в этом возрасте в среднем 140 сельских женщин из 1000 рожали детей, то в 2015 г. уже 276. Всего за четыре года сельские женщины в возрасте 20–24 года увеличили рождаемость в 2 раза (на 1000 женщин в этом возрасте). Так много сельские женщины этой возрастной группы не рожали даже в советские времена. В то же время женщины из этой же возрастной группы, проживающие в городах, снизили ее на 13 %.

За счет роста рождаемости государство пытается решать проблему старения населения, в том числе проблему обезлюживания сельской местности. Вместе с тем рост рождаемости может создавать проблемы в обеспечении развития сельских детей, многие из которых с раннего детства рискуют попасть в уязвимые группы.

Цель работы — рассчитать число сельских детей, которые могут попасть в уязвимые группы.

В ходе исследования были использованы данные Национального статистического комитета Республики Беларусь и ведомственной статистики. Для их обработки применялись статистические методы.

Параметры выборки — дети, рожденные у женщин в возрасте 20–24 года в сельской местности.

Основные результаты исследования заключаются в следующем. Во-первых, такие дети рождаются у матерей, многие из которых имеют только школьное образование (в 2011 г. в сельской местности 42 % матерей, в городской местности — 2 %). Матери этих детей часто не успевают получить опыт работы, что впоследствии может стать причиной низкой оплаты труда и попадания за черту бедности. Согласно обследованию Белстата, в 2014 г. доля сельских домашних хозяйств с детьми, проживающих за чертой бедности, составляла 12,5 % (в городской местности — 5,4 %).

Во-вторых, в сельской местности сокращается численность дошкольных учреждений образования, расстояние до ближайших из них увеличивается, что требует наличия возможностей у родителей подвозить детей в эти учреждения. Не у всех родителей имеется такая возможность. В настоящее время только каждый второй ребенок в сельской местности посещает детский сад.

В-третьих, именно среди женщин, проживающих в сельской местности, высок процент рождения детей вне зарегистрированного брака. И хотя этот процент за последние 10 лет снизился (с 32 % в 2005 г. до 18 % в 2015 г.), риск родиться без отца у ребенка в сельской местности выше, чем у ребенка в городе.

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы. В Беларуси на поддержку семей с детьми тратится немало средств (на одни пособия направляется 2 % ВВП). Вместе с тем система поддержки носит категориальный характер. Только 2 % господдержки имеет адресный заявительный принцип. В этой связи важно выявлять уязвимых детей и оказывать господдержку тем семьям с детьми, которые в ней нуждаются.

Предлагается сместить акценты в демографической политике: инвестировать в человеческий капитал детей, а не в их численность. Рост рождаемости — это и без того увеличение расходов и дополнительная нагрузка на экономику, но высокая рождаемость детей в сельской местности в семьях с низким уровнем доходов — это еще и нагрузка на систему социальной защиты. Неправильно, когда рождение детей превращается в стратегию получения доходов. В условиях стагнации в экономике это может быть чревато для ее развития и выполнения государством своих социальных обязательств.

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

На современном этапе экономического развития Республики Беларусь особо актуальными являются проблемы своевременного пополнения бюджета, его сбалансированности по доходам и расходам, сокращения дефицита и внешнего государственного долга, обеспечения финансирования потребностей общества, так как налоги — основной источник доходов государства.

Ключевое направление реализации национальной налоговой политики связано с совершенствованием структуры и механизмов взимания установленных налогов и сборов с ориентаций на максимальное приближение их по составу и переходности уплаты к налоговым системам развитых стран.

Совершенствование налоговой системы обусловлено сложившимся в экономике состоянием «усталости» национальной экономики от высоких налогов, что привело к снижению темпов производственно-инвестиционной деятельности, низкой собираемости налоговых платежей, стимулированию уклонения от уплаты налогов. Сложилась ситуация, когда выручка, фонд заработной платы и прибыль выступают объектами многократного обложения. Фонд заработной платы является самым высокооблагаемым элементом и выступает объектом исчисления многих платежей предприятий (НДС по ставке 20 % оборота по реализации товаров, услуг и работ; налог на прибыль — 18 % налогооблагаемой прибыли; страховые взносы на обязательное социальное страхование наемных работников — 34 % фонда оплаты труда; обязательное страхование от несчастных случаев на производстве — 0,6 % фонда оплаты труда; кроме того, если этого требует законодательство Республики Беларусь: налог на недвижимость, земельный налог, акцизы, экологический налог и некоторые другие налоги, которые зависят от вида деятельности) [1]. В свою очередь существуют платежи, выплачиваемые работниками (походный налог на доходы, получаемые в качестве дивидендов — 13 %; на доходы от предпринимательской, адвокатской, нотариальной деятельности — 16 %; для физических лиц на все иные доходы — 13 % и 1 % — отчисления в Фонд социальной защиты населения, который выплачивает пенсии, пособия и больничные) [2]. Помимо этого с прибыли взимаются как республиканские, так и местные налоги. В результате налоги и неналоговые платежи учитываются в элементах себестоимости продукции и повышают цену продукции. Это может привести к тому, что многие предприятия будут выплачивать налоги в сумме, превышающей размер прибыли.

Налоговая политика оказывает огромное влияние на развитие страны в целом и является ключевым звеном во многих сферах деятельности

государства. Она определяет уровень социальной защиты граждан, инвестиционные возможности страны, степень финансовой активности на международной арене, а также степень развития предпринимательской деятельности в республике. Благодаря политике государства, направленной на совершенствование налоговой системы, удается сосредоточить финансовые ресурсы на приоритетных и общественно необходимых направлениях развития Республики Беларусь, что непременно приведет к стабилизации экономической ситуации.

Литература

1. Налоги, уплачиваемые организациями [Электронный ресурс] // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/ru/nalogi-uplachivaemye-organizacijami/>. — Дата доступа: 21.03.2017.
2. Налогообложение физических лиц [Электронный ресурс] // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/ru/nalogooblozenie-fiz-lits-ru/>. — Дата доступа: 21.03.2017.

А.В. Пукаева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.И. Ящук — канд. экон. наук

ПРОБЛЕМЫ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитие человеческого потенциала является главной целью социальной политики всех стран мира, не исключение и Республика Беларусь, где условиями для качественного развития человеческого потенциала являются направленность на достойную и здоровую жизнь населения, предоставление комфортных условий проживания, реализация конституционных прав граждан. В настоящее время каждый четвертый житель нашей страны, или 2,6 млн чел., состоит на учете в органах по труду и социальной защите [2].

На начало 2016 г. в стране проживало 1 955 500 пенсионеров, это почти каждый пятый житель страны. За последние десять лет их количество увеличилось на 190 100 чел. (10,8 %). Женщины составляют 65 % (1267,3 тыс. чел.) пожилого населения, тогда как мужчины — всего лишь 35 % (688,2 тыс. чел.). В августе 2016 г. на учете в органах по труду, занятости и соцзащите состояло 2 605 600 пенсионеров. В сельской местности на начало года их число уменьшилась с 28,5 до 27,9 %, а в городах и поселках их стало больше: с 14,4 до 18,5 % [2].

Старение населения является главным фактором воздействия на пенсионную систему Республики Беларусь, несмотря на ее хорошее функционирование. Если сравнить 2016 г. с 2000 г., можно заметить,

что число лиц, обратившихся в органы по труду, занятости и социальной защите за назначением пенсии, возросло на 22,3 %. За последние 26 лет число пенсионеров в расчете на 100 работников увеличилось почти на треть [2].

Пенсионная система в Республике Беларусь имеет не только внешние факторы влияния, но также и множество внутренних проблем, которые воздействуют на ее финансовые возможности и нерациональное расходование средств. Одной из таких проблем является высокая степень перераспределения средств. Существующий механизм перераспределения не способен держать баланс между накопленными пенсионными правами и размерами индивидуальных пенсий. Таким образом, высокая заработная плата и высокие выплаты по пенсионным взносам не гарантируют соответствующий размер пенсии.

Так, средняя пенсия по возрасту по отношению к заработной плате в 2016 г. составила 43 %. При этом лица, имевшие низкий заработок, получают пенсию в размере 60–80 % их заработка, в то время как пенсия лиц, имевших высокий доход, составляет лишь 15–20 % заработка [1].

Еще одной проблемой пенсионной системы является то, что не все трудоспособные граждане нашей страны заняты в экономике. Примерно от 600 до 750 тыс. чел. трудоспособного населения нигде не учатся и не работают, а это влечет за собой значительные потери пенсионного фонда страны.

Рассмотрев факторы, влияющие на пенсионную систему нашей страны, можно прийти к выводу, что пенсионная система в Республике Беларусь нуждается в корректировке. В Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2020 года сказано, что стратегической задачей совершенствования пенсионной системы является создание многоуровневой пенсионной системы, сочетающей в себе программы обязательного и добровольного пенсионного страхования, распределительных и накопительных механизмов финансирования. Улучшения пенсионной системы приведут к улучшению ее финансовой возможности, а также к наиболее качественному развитию человеческого потенциала и обеспечению пожилым людям нашей страны достойного будущего на пенсии.

Литература

1. Информация о пенсионном обеспечении [Электронный ресурс] // Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by/ru/inf1>. — Дата доступа: 19.03.2017.
2. Численность пенсионеров, состоящих на учете в органах по труду, занятости и социальной защите [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/sotsialnaya-zaschita-nseleniya>. — Дата доступа: 19.03.2017.

В.В. Смоленская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **В.А. Акулич** — канд. экон. наук

ЭКСПОРТНЫЙ МАНЕВР БЕЛАРУСИ: СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ И РИСКИ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В 2015 г. Правительство Беларуси запланировало начать экспортный маневр, снизив концентрацию экспорта на небольшой группе стран, включая Россию и страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Планировалось снизить долю экспорта в страны ЕАЭС с 44,7 % в 2014 г. до 37,3 % в 2016 г. и далее снижать ее на 1 % ежегодно до 2020 г. Итоговая цель по диверсификации к 2020 г.: треть-треть-треть (ЕАЭС, ЕС, страны «дальней дуги» и другие страны).

В самом начале девальвации российского рубля к доллару (2014 г.), Нацбанк Беларуси не пошел следом за Центробанком России и примерно полгода поддерживал стабильность белорусского рубля. Это стало причиной снижения валютной экспортной выручки из России. На заседании Совета безопасности глава государства обратил внимание Правительства на необходимость переориентации на новые рынки, чтобы была полноценная диверсификация экспорта в связи с падением объемов на российском рынке. Именно тогда (в декабре 2014 г.) было принято первое постановление Правительства о мерах по диверсификации экспорта. В 2017 г. было принято еще одно постановление.

Несмотря на запланированный экспортный маневр, концентрация экспорта на небольшой группе стран продолжает увеличиваться. По итогам 2016 г. — начала 2017 г. экспорт в Россию и страны ЕАЭС вырос до максимальных за последние годы значений. Доля экспорта в ЕАЭС выросла: с 41,1 % в 2015 г. до 48,1 % в 2016 г. и 48,5 % в январе 2017 г.

О провале диверсификации экспорта свидетельствует и динамика других индикаторов. Доля экспорта товаров Беларуси в другие страны (за исключением 10 стран — основных торговых партнеров) снизилась с 18,4 % в 2015 г. до 17,2 % в 2016 г. и до исторического минимума в 15,0 % в январе 2017 г. Экспортная квота Беларуси, без учета экспорта в Россию, снизилась с 28,7 % в 2015 г. до 26,4 % в 2016 г. (исторический минимум) и до 23,9 % в январе 2017 г. (новый минимум). Для сравнения: экспортная квота Литвы (без учета экспорта в Россию) в 2015 г. составляла 60 % к ВВП, а экспортная квота Смоленской области — 20,7 %.

Тенденция на снижение уровня диверсификации экспорта Беларуси в 2015–2016 гг. подтверждается данными рейтинга глобальной интеграции, который рассчитывается компанией DHL Group. Согласно динамике индекса GCI (Global Connectedness Index), интеграция Беларуси усиливается по глубине (с Россией) и ослабевает по ширине (с дру-

гими странами). Экономика Беларуси самая недиверсифицированная по ширине внешнеэкономических связей в регионе ЦВЕ, Балтии и СНГ. Беларусь находится между Зимбабве и Мали, занимая 131-е место из 140 стран в рейтинге.

Одним из факторов увеличения доли России в объеме белорусского экспорта могло послужить ослабление белорусского рубля по отношению к российскому рублю. В 2016 г. белорусский рубль обесценился к российскому рублю на 20 % в номинальном выражении и на 15 % в реальном выражении. В январе-феврале 2017 г. — еще на 3 и 2 % соответственно. Это повысило ценовую конкурентоспособность белорусского экспорта в России, а также вернуло доверие к российскому рублю. Поступление денежных средств в оплату экспорта товаров в российских рублях выросло с 35 % в 2015 г. до исторического максимума 43,5 % в 2016 г.

Несмотря на оживление внешней торговли на российском направлении, сохраняется уязвимость белорусской экономики к внешним шокам, и прежде всего, к ситуации в экономике России. Возможно, диверсификация белорусского экспорта становится заложником недооцененного белорусского рубля по отношению к российскому рублю. Это в некоторой степени демотивирует предприятия к освоению рынков других странах.

Т.В. Тарманова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Т.В. Буховец** — канд. экон. наук

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ В РЕГИОНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Стратегической целью социальной политики Республики Беларусь в долгосрочной перспективе является обеспечение достойного уровня и качества жизни и высоких стандартов благосостояния белорусских граждан. При разработке мероприятий по повышению уровня и качества жизни следует учитывать особенности регионов. В этой связи достаточно важной становится количественная оценка уровня жизни населения в каждом отдельном регионе страны, в том числе областях.

Для оценки уровня и качества жизни были сформированы четыре микроиндекса, характеризующих уровень доходов, соотношение доходов населения с БПМ, уровень образования и уровень здравоохранения, каждый из которых включает свой перечень показателей.

Оценка уровня и качества жизни регионов была проведена на основании статистических данных за 2010–2015 гг., которые вначале были

пронормированы в индикаторы методом минимум-максимум, который преобразовывает все данные в диапазон [0, 1] по формуле [2]

$$I_{qc} = \frac{X_{qc} - \min(X_{qc})}{\max(X_{qc}) - \min(X_{qc})}, \quad (1)$$

где $\min(x_{qc})$ и $\max(x_{qc})$ — соответственно нижняя и верхняя границы за выбранный период времени.

На следующем этапе нормированные индикаторы агрегируются в микроиндексы. Для агрегации используется среднее арифметическое. Указанные микроиндексы с использованием метода среднего арифметического сводятся в итоговый индекс, характеризующий в целом уровень и качество жизни регионов.

Агрегирование и ранжирование частных показателей методом среднего арифметического позволили оценить уровень и качество жизни каждой области и города Минска в Республике Беларусь (см. таблицу).

Произведенные расчеты показали, что высокий уровень и качество жизни населения характерны для г. Минска и Брестской области, а низкий — для Могилевской области. Ситуация, складывающаяся в регионах, во многом определяет положение страны в целом. Поставленная стратегическая цель обеспечения высоких жизненных стандартов населения может быть достигнута на основе стабильного роста реальных денежных доходов, прежде всего, гарантированного достойного вознаграждения работнику за труд. Государственным органам необходимо сконцентрировать усилия на повышение жизненного уровня населения в проблемных регионах, чтобы укрепить потенциал отстающих регионов с целью устранения региональных диспропорций и обеспечения сбалансированного развития территорий всей страны.

Литература

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. — Дата доступа: 10.03.2017
2. *Беляева, Л. А.* Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации / Л. А. Беляева // Социс: Социологические исследования. — 2009. — № 1. — С. 33–42.

Расчет микроиндексов и общего индекса уровня и качества жизни населения регионов и ранжирование областей и г. Минска по рассмотренным индексам

Регион	Частные индексы							Уровень жизни	Ранг	
	Уровень доходов	Ранг	Соотношение доходов с БПМ	Ранг	Уровень образования	Ранг	Уровень здравоохранения			Ранг
Брестская обл.	0,25966	1	0,713	3	0,28943	2	0,85366	1	0,52894	2
Витебская обл.	0,24370	2	0,681	6	0,12449	4	0,81086	5	0,46501	5
Гомельская обл.	0,22881	4	0,702	4	0,11394	5	0,82768	3	0,46811	3
Гродненская обл.	0,24127	3	0,715	2	0,10996	6	0,79706	6	0,46582	4
Город Минск	0,22303	5	0,683	5	0,39979	1	0,83584	2	0,53542	1
Минская обл.	0,18666	7	0,718	1	0,19185	3	0,75618	7	0,46317	6
Могилевская обл.	0,20189	6	0,636	7	0,09666	7	0,81679	4	0,43784	7

Источник: собственная разработка на основе данных [1].

А.Н. Точко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Т.В. Буховец** — канд. экон. наук

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СФЕРОЙ В БЕЛАРУСИ

В сегодняшних экономических реалиях перед Республикой Беларусь остро стоит вопрос о привлечении инвестиций в страну как объективно необходимого фактора динамического развития народного хозяйства и стабильного экономического роста.

Актуальность данной темы состоит в том, что перед органами государственного управления стоит ряд проблем, затрудняющих инвестиционную активность в Республике Беларусь, решение которых будет зависеть от того, насколько эффективным будет результат работы государственных органов в инвестиционной сфере.

Цель исследования заключается в оценке эффективности государственного управления инвестиционной сферой в Республике Беларусь с применением метода сопоставления фактически достигнутых и прогнозных значений показателей инвестиционной деятельности, а также метода международных сопоставлений.

Для оценки эффективности государственного управления инвестиционной сферой может быть рассчитан коэффициент согласования как отношение фактически достигнутого показателя ПИИ на чистой основе к его планируемой величине (см. таблицу).

Прямые иностранные инвестиции на чистой основе (без учета задолженности
прямому инвестору за товары, работы, услуги), млн долл. США

Показатель	Год						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Прогнозное значение	6400– 6500	3700	4500	2500	1875	1350	1400
Фактическое значение	3973,6	1376,5	2136,5	1811,7	1611,8	1307,2	—
Коэффициент согласования	0,62– 0,61	0,372	0,475	0,724	0,86	0,97	—

Источник: собственная разработка на основе Указов Президента Республики Беларусь об утверждении ежегодных прогнозов социально-экономического развития Республики Беларусь.

На протяжении рассматриваемого периода значение коэффициента согласования было меньше единицы, что сигнализирует либо об определенных просчетах при разработке прогнозов, либо о недостаточно ре-

зультативной их практической реализации. Помимо этого в период с 2011 по 2016 г. в 3 раза сократились фактические значения ПИИ на чистой основе.

Для международных сопоставлений может быть использован рейтинг инвестиционной привлекательности International Business Compass, который составляется ежегодно с 2012 г. по 174 странам мира. В 2012 г. Республика Беларусь занимала в рейтинге 90-е место, однако в 2013 г. из-за ухудшения состояния экономики сместилась на 27 позиций вниз, заняв 117-е место. Благодаря значительному улучшению экономических условий и сокращению инфляции в 2015 г. Республика Беларусь поднялась в рейтинге инвестиционной привлекательности до 86-го места, т.е. на 29 пунктов. В 2016 г. снова произошло небольшое снижение до 89-й позиции в рейтинге.

Таким образом, в результате проведенной оценки можно сделать вывод, что деятельность органов государственного управления по привлечению иностранных инвесторов в Республику Беларусь является недостаточно эффективной и требует принятия действенных мер по созданию более благоприятного инвестиционного климата, решению проблем, препятствующих росту инвестирования в целях повышения конкурентоспособности государства на международной арене.

Е.И. Шаюк

Финансовый университет (Москва)

Научный руководитель **Н.А. Барменкова** — канд. экон. наук

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Общественная система в процессе развития усложняется, целостная управленческая структура становится более разветвленной, разнообразной, многоступенчатой. Государственное управление в России рассматривается на двух уровнях: федеральном и региональном. Так, процесс управления на уровне субъекта Российской Федерации имеет ряд особенностей, которые необходимо учитывать при стратегическом планировании развития региона. Обеспечение социально-экономического развития страны в целом и отдельно взятого региона в частности — стратегическая задача государственного управления. В современных условиях нестабильности необходимо разработать эффективную систему социально-экономического развития с целью улучшения качества жизни населения государства.

Проведенное исследование позволило сделать несколько выводов о проблеме совершенствования управления социально-экономическим развитием региона на примере Московской области. Данная область

с точки зрения социально-экономического развития — перспективный регион, эффективное управление ресурсами которого позволит добиться высоких результатов, которые найдут свое отражение в социально-экономических показателях. Представителям государственной власти необходимо следовать в направлении, заранее определенном долгосрочной стратегией, обязательно ориентируясь на актуальные проблемы и принимая во внимание текущую политическую и экономическую обстановку. На наш взгляд, в контексте социально-экономического развития необходимо повышать инвестиционную привлекательность региона, проводить ряд мероприятий, направленных на улучшение инновационной среды, а также особое внимание уделять решению социально-значимых проблем, которые наблюдаются в регионе. Так, на данный момент Правительство Московской области делает акцент на следующих аспектах общественной жизни: здравоохранение, образование, ЖКХ и безопасность, экология, транспорт, социальная поддержка, экономика и сельское хозяйство, снижение административных барьеров и др. Московская область является одним из наиболее благоприятных среди субъектов Российской Федерации регионов для привлечения внешних и внутренних инвесторов. Выполнение задач, обозначенных в Стратегии социально-экономического развития позволит создать мощный региональный сегмент фондового рынка, интегрированный в общероссийскую инфраструктуру. Более того, особое внимание в Стратегии социально-экономического развития до 2025 года уделяется внедрению инновационных проектов во все сферы жизни общества, совершенствование научной деятельности.

Направленность на решение конкретных проблем, предложение путей совершенствования стратегического управления в Московской области позволят существенно повысить не только целевые, но и реальные индикаторы социально-экономического развития активно развивающегося региона.

Литература

1. Барменкова, Н. А. Оценка социально-экономического развития и управления города Москвы / Н. А. Барменкова, М. Клейменов // Вестн. Тул. ф-ла Фин. ун-та. — 2015. — № 1. — С. 114–117.
2. Леднева, О. В. Статистический анализ состояния и тенденций развития Московской области на основе индикаторов экономического потенциала / О. В. Леднева // Интернет-журнал «Науковедение». — 2014. — № 2 (21). — С. 53.
3. Официальный портал Московской областной Думы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mosoblduma.ru>. — Дата доступа: 01.04.2017.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПОЛИТИКИ КОЛИЧЕСТВЕННОГО СМЯГЧЕНИЯ В РОССИИ

Количественное смягчение (quantitative easing) представляет собой монетарную политику, применяемую центральными банками с целью стимулирования национальных экономик путем введения определенного количества денег в экономику. Так, центральный банк покупает или принимает на обеспечение финансовые активы у банков и иных частных компаний, что позволяет увеличить до определенной степени банковские резервы [3, с. 45].

В данной работе нами рассмотрены процесс проведения политики количественного смягчения и его возможности в России. С целью формирования более полной картины по исследуемой проблеме необходимо обратиться к зарубежному опыту. В первую очередь стоит отметить, что политика количественного смягчения приводит к росту денежного агрегата: центральный банк скупает корпоративные облигации у коммерческих банков, которые приобрели ценные бумаги на рынке созданными безналичными деньгами, совершив проводку по активу (покупка ценных бумаг) и по пассиву (счет продавца ценных бумаг) баланса [1, с. 3–5]. Именно таким образом в США и ЕС наблюдается рост агрегатов М1 и М3 за 2016 г. [4] (темп роста «узких денег» в ЕС превысил 9,5 %). Соответственно, мы можем предположить, что в проведении данной политики в 2016 г. ЕЦБ исходил из того, что, повысить ликвидность банковского сектора можно путем выкупа ценных бумаги у коммерческих банков.

Далее нами было исследовано применение данной политики в России. В 2015 г. предполагалось, что политика количественного смягчения не оправдывает связанных с ней рисков и неприменима для российской экономики. Банк России был намерен оперировать только на рынке ОФЗ, так как данный рынок обладает достаточно низкой ликвидностью, а применение политики количественного смягчения возможно тогда, когда рынок государственного долга имеет больший объем, чем операции ЦБ, и обладает большей ликвидностью. Например, в 2015 г. в США после трех раундов проведения политики количественного смягчения доля государственных бумаг на балансе ФРС составила около 20 % всего государственного долга [2, с. 32], в то время как операции рефинансирования в России по своему объему превосходят рынок государственного долга в целом.

Также стоит отметить, что политика количественного смягчения имеет различные инструменты, адаптированные к внедряющей ее стране. Данные инструменты могут естественным путем привести к инфляции в экономике, однако, как демонстрирует зарубежный опыт,

провоцирование инфляции не всегда следует за «quantitative easing», так как риск того, что величина требуемого смягчения окажется переоцененной, не является категорически высоким. Очевидно, что количественное смягчение для России было бы нерациональным решением в кризисные 2014–2015 гг., однако сейчас необходимо рассмотреть вариант оперирования ЦБ на рынке при растущей рыночной инфраструктуре отечественных финансовых центров. В 2016 г., действительно, рассматривался вариант крупных изменений, связанных с возможным применением количественного смягчения как один из инструментов умеренно-мягкой денежной политики. Центральный Банк остается по-прежнему против своего рода «печатания денег», так как в случае неверной оценки необходимого объема вливания денег последствия могут быть весьма тяжелыми для экономики. Вместе с тем на текущий момент, касательно количественного смягчения, существует множество противоречивых точек зрения. Так, например, Борис Титов в марте текущего года предложил свой вариант российской адаптации количественного смягчения, который заключается в объеме, в десять раз меньшем, чем в США — 2,2 трлн руб. [5].

Экономика России на данный момент характеризуется недостаточным ликвидным рынком государственного долга, а также высоким риском инфляции. Соответственно, угроза роста инфляции должна быть учтена при анализе возможности применения политики количественного смягчения, так как инфляционное таргетирование само по себе не дает гарантии стабильно низкого уровня инфляции при дополнительном вливании денег в экономику.

Таким образом, на данный момент, ситуация остается неопределенной, так как существует необходимость оценки рисков применения QE в России. Возможно, данная политика не приведет к росту инвестиционных вложений. Доказано, что финансирование по низким рыночным ставкам не всегда стимулирует приток капитала. На наш взгляд, применения QE в России необходимо, но с четкой поправкой на специфику отечественной экономики.

Литература

1. Бурлачков, В. К. Операции рефинансирования и процентные ставки в условиях трансформации денежного механизма / В. К. Бурлачков // Банковское дело. — 2016. — № 8. — С. 7.
2. Reith, M. Unconventional Monetary Policy in Practice. A Comparison of «Quantitative Easing» in Japan and the USA / M. Reith. — Harvard University Press, 2015. — P. 105.
3. Joyce, M. Institutional Investor Portfolio Allocation, Quantitative Easing and the Global Financial Crisis / M. Joyce. — Bank of England, 2014. — P. 49.
4. Портал Европейского Центрального Банка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.ecb.europa.eu/stats/macroeconomic_and_sectoral/html/index.en.html. — Дата доступа: 01.04.2017.
5. Портал новостей «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kommersant.ru>. — Дата доступа: 01.04.2017.

Секция 14

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А.С. Каспяровіч

БДЭУ (Мінск)

Навуковы кіраўнік І.І. Сацукевіч

ГЕНЕЗІС СТАРОГА ЗАМКА У ГРОДНЕ

Гродзенскі Стары замак з'яўляецца візітнай карткай горада Гродна. Ён прыцягвае тысячы турыстаў з розных краін сваёй прыгажосцю і гістарычным мінулым, звязаным з існаваннем Вялікага княства Літоўскага, а пазней — Рэчы Паспалітай. Мноства вялікіх падзей адбылося на гэтым месцы: яно было рэзідэнцыяй князя Вітаўта, польскага караля Стэфана Баторыя, тут праходзіў апошні сейм Рэчы Паспалітай у 1793 г. З развіццём цікавасці да беларускай культуры з'явілася неабходнасць ва ўдкладненні і паглыбленні нашых ведаў пра помнікі дойлідства, а таксама ў распаўсюджванні гэтай інфармацыі.

У сваёй працы я вырашыла даць адказы на такія пытанні: «як быў пабудаваны замак?», «чаму менавіта тут знаходзіліся рэзідэнцыі адных з самых значных кіраўнікоў Вялікага княства Літоўскага і Рэчы Паспалітай?», «ці змяніўся знешні выгляд замка на працягу гісторыі яго існавання?». Таму мэтай работы з'яўляецца даследаванне гісторыі і дынамікі развіцця Старога замка ў Гродне, а асноўнымі задачамі — выяўленне паходжання замка, вывучэнне яго гісторыі ў часы Вітаўта, разгледжанне асаблівасцей змены замка у якасці рэзідэнцыі Стэфана Баторыя і выяўленне прычыны заняпаду Старога замка ў XVIII–XIX ст.ст.

Сваё даследаванне я пачала з апісання першых пабудов на Замкавай гары ў Гродне XI–XIV ст.ст., якія сталі асновай для Старога замка. Праз паўстагоддзі ўнутры была пабудавана Ніжняя царква, якая згарэла ў 1183 г. Замест яе з'явілася Верхняя царква. Трэба дадаць, што замак адыгрываў вялікую ролю ў стратэгічным плане: тут адбылося шмат бітваў. Аднак стары драўляны замак ужо з цяжкасцю вытрымаў напады добра падрыхтаваных ворагаў. Вялікі князь Вітаўт пабудаваў каменны гатычны замак. З'явіліся новыя магутныя сцены, моцныя вежы, але да нашага часу ніводная з іх не дажыла. Унутры змяшчаўся княжскі палац. Паступова замак страчвае сваю абарончую функцыю і становіцца каралеўскай рэзідэнцыяй Стэфана Баторыя. Па яго загадзе замак быў цалкам перабудаваны ў XVI ст. Цяпер галоўным у рэнесансавым замку стаў шыкоўны каралеўскі палац з мармуровымі, паркетнымі падлогамі, камінамі, пячамі. Побач з замкам знаходзіліся маленькія

хаткі прыслугі. Падчас Паўночнай вайны ў 1708 г. замак быў пашкоджаны і пачаў паступова прыходзіць ў заняпад. Апошні этап маёй навуковай працы апісвае XIX–XX ст.ст., калі замак ужо страціў сваю веліч пасля падзелаў Рэчы Паспалітай. Паўплывала на гэта і знаходжанне Беларусі ў складзе Расійскай імперыі. У 1925 г. тут быў заснаваны музей. Тады было таксама праведзена шмат даследаванняў, якія дапамаглі даведацца больш аб слаўным мінулым замка.

Стары замак з’яўляецца неад’емнай часткай беларускай культуры, у яго гісторыі адлюстравана і гісторыя Гродзеншчыны, а веданне развіцця замка неабходна да разумення гісторыі нашай краіны. Замак вельмі цікавіць гродзенцаў, жыхароў іншых гарадоў ды краін, таму новыя даследаванні па гэтай тэме будуць вельмі карыснымі дзеля дадатка да існуючай інфармацыі. Тым больш, маё даследаванне звяртае ўвагу на гістарычную каштоўнасць Старога замка і дапаможа вырашыць актуальнае пытанне яго рэканструкцыі, якая павінна пачацца ўжо у 2017 г.

Літаратура

1. Краўцэвіч, А. К. Гродзенскі замак / А. К. Краўцэвіч. — Мінск : Юнацтва, 1993. — 47 с.
2. Трусай, А. А. Стары замак у Гродне XI–XVIII ст.ст. / А. А. Трусай, В. Е. Собаль, Н. І. Здановіч. — Мінск : Навука і тэхніка, 1993. — 152 с.

К.И. Костиневич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Н.Ю. Веремеев** — канд. полит. наук

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНСАЛТИНГА В БЕЛАРУСИ

В современном государстве возрастает роль политического консультирования при принятии политических решений, осуществлении государственного и местного управления, а также в деятельности политических партий, общественных объединений, бизнеса, СМИ и иных институтов.

Политический консалтинг — это «научное направление, изучающее деятельность, обеспечивающую потребности общества, выделенных групп индивидуумов в достижении целей направленного изменения существующей социально-политической ситуации» [1, с. 18].

Как правило, данным видом деятельности занимаются центры политического консультирования, аналитические центры и структуры GR. В Беларуси широко распространились аналитические центры («фабрики мысли»).

Целью данной работы являлось определение основных проблем рынка политического консультирования в Беларуси.

Для получения данных по изучаемой проблеме был проведен анкетный экспертный опрос представителей негосударственных аналитиче-

ских центров. В опросе приняли участие семь респондентов, представляющих неправительственные «фабрики мысли», работающие в Беларуси и зарегистрированные как в нашей стране, так и за рубежом.

Согласно полученным данным были выявлены проблемы, характерные для белорусского рынка политического консультирования.

Первой проблемой является отсутствие оптимальных экономических условий для развития данной отрасли в Беларуси (см. рисунок). Следует отметить, что респондент, давший свой вариант ответа, отметил, что «финансовый и экономический никак не влияют, а политический климат (отсутствие выборов, прежде всего) делают такой консалтинг практически невозможным».



Влияние финансового и экономического климата в Беларуси на осуществление политического консалтинга

Следующей проблемой является неразвитая конкуренция между различными видами аналитических центров на рынке политического консультирования. Так, четыре респондента указали на то, что между «фабриками мысли» в данной сфере существует низкая конкуренция, еще три участника опроса дали ответ, что такая конкуренция отсутствует.

Третья проблема, характерная для рынка политического консультирования Беларуси, — это проблемы финансирования для дальнейшего развития неправительственных «фабрик мысли», осуществляющих политический консалтинг. Следует отметить, что шесть из семи участников опроса указали на то, что средств аналитических центров, которые они представляют, хватает только для осуществления текущей деятельности, еще один респондент указал на отсутствие средств даже для поддержания нынешней работы центра.

Таким образом, данные проблемы указывают то, что рынок политического консультирования Беларуси имеет развивающийся характер, отсутствие решения данных проблем может привести к сокращению числа неправительственных «фабрик мысли» и рынка в целом.

Литература

1. Ситников, А. П. Политический консалтинг : учеб. пособие / А. П. Ситников, И. В. Огарь, Н. С. Бахвалова. — М. : ГУ ВШЭ, 2004. — 624 с.

А.А. Лосик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.О. Буева**

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Главной целью социально-экономического развития Республики Беларусь являются динамичное повышение уровня благосостояния, обогащение культуры и нравственности народа на основе интеллектуально-инновационного развития экономической, социальной и духовной сфер, сохранения окружающей среды для нынешних и будущих поколений.

В современных геополитических и экономических условиях перед Республикой Беларусь стоит цель изменить качество экономического роста за счет увеличения наукоемких факторов производства. Проблемы экономического роста в стране занимают центральное место: успехи и неудачи определяют возможность решения таких важных задач, как занятость населения, уровень и продолжительность жизни.

Белорусская экономическая модель характеризуется как модель с социально ориентированной рыночной экономикой. Это указывает на ее сходство с моделью экономик развитых европейских стран. На сегодняшний день она находится в стадии трансформации. На начальном этапе наше государство пошло по пути стабильности и выбрало градуализм — плавный путь перехода от одного состояния экономики в другое.

Наблюдаемый на сегодняшний день неблагоприятный характер в динамике количественных показателей является следствием снижения эффективности белорусской экономики, которая складывалась на протяжении длительного времени. В последние годы проявилась тенденция к снижению эффективности накопления. Одной из причин может служить так называемая технологическая пауза, из-за которой замедлились темпы роста ВВП.

Вместе с тем в Республике Беларусь существуют такие проблемы, как: ограниченность собственной сырьевой и энергетической базы; высокий уровень износа активной части основного капитала; слабая развитость рыночных институтов и рыночной инфраструктуры; низкие темпы технологической модернизации производства; слабый уровень развития инновационной сферы и наукоемкости ВВП; отсутствие механизмов трансфера новых знаний и технологий из-за рубежа; высокая налоговая нагрузка; уязвимость экономики и темпов ее развития перед внешним сектором из-за слабой диверсификации экспорта и импорта.

Преодоление рассмотренных проблем, последующее преодоление их рецидивов и противостояние новым экономическим рискам и угрозам будут зависеть, в первую очередь, от выполнения следующих базовых требований: обеспечение структурной сбалансированности эконо-

мики путем сокращения участия государства в перераспределении финансовых потоков; выход на внутреннюю сбалансированность экономики за счет приведения темпов роста заработной платы в соответствие с темпами роста производительности труда; достижение внешнего баланса экономики путем переориентации потоков продукции отечественных производителей с обеспечения внутреннего спроса на экспорт, акцент на максимальном удовлетворении внешнего спроса.

Таким образом, экономическое развитие — главная проблема, стоящая перед всеми странами, в том числе и перед Республикой Беларусь. В связи с тем, что в последние годы экономическое развитие достиглось в основном посредством экстенсивных факторов, на сегодняшний день наблюдается структурный кризис экономики. Вместе с тем мы можем говорить о том, что экономическое развитие будет иметь смысл тогда, когда оно усилит свою направленность на максимальное удовлетворение потребностей населения.

Литература

1. Экономическая теория: учебник / А. В. Бондарь, В. А. Воробьев, А. М. Филиппов [и др.]; под ред. А. В. Бондаря, В. А. Воробьева. — Минск : БГЭУ, 2016. — 150 с.

В.В. Мацкевіч
БДЭУ (Мінск)

Навуковы кіраўнік **І.І. Сацукевіч**

МЕМАРЫЯЛІЗАЦЫЯ ПАЎСТААННЯ 1863–1864 гг.

Паўстанне 1863–1864 гг. — адна з важнейшых вех беларускай гісторыі. У ім праявіліся мужнасць і рашучасць беларусаў у змаганні за лепшую долю. Нягледзячы на тое, што паўстанне было задушана ўсяго за некалькі месяцаў, яно мела вялікае значэнне для беларускага нацыянальнага руху, штуршком да усведамлення беларусаў асобнай нацыяй. Але як шмат мы ведаем пра гэтае паўстанне? Чаму ўспамінаючы галоўнага яго героя, мы нічога не можам сказаць аб іншых удзельніках? Безумоўна, Кастусь Каліноўскі, адзін з выдатнейшых сыноў Беларусі, заслугоўвае пашаны. Але чамусьці пры гэтым мы несправядліва забываем іншых удзельнікаў і кіраўнікоў. А між тым у 2016 г. споўнілася 190 гадоў з дня нараджэння Зыгмунта Серакоўскага, 180 гадоў — з дня нараджэння Віктара Каліноўскага, брата Кастуся, 185 гадоў з дня нараджэння Зыгмунта Чаховіча. Таксама у снежні 180 гадоў споўнілася с дня нараджэння Валерыя Урублеўскага. Гэтыя і іншыя асобы, імяны якіх большасць беларусаў у лепшым выпадку чула раз ці два, таксама заслугоўваюць, каб іх ведалі і памяталі.

Мэта работы — даследаваць, у якіх формах праяўляецца мемарыялізацыя паўстання 1863–1864 гг.

Задачи:

- вызначыць даты і месцы асноўных падзей паўстання на тэрыторыі Беларусі;
- даследаваць, дзе былі усталяваны помнікі падзеям паўстання;
- вызначыць імёны удзельнікаў і падзеі паўстання, якія павінны быць мемарыялізаваны.

Падчас працы было даследавана, у якіх формах праяўляецца мемарыялізацыя паўстання 1863–1864 гг. Менавіта: вызначаны даты і месцы асноўных падзей паўстання на тэрыторыі Беларусі, даследавана, дзе былі усталяваны помнікі падзеям паўстання, вызначаны імёны удзельнікаў і падзеі паўстання, якія павінны быць мемарыялізаваны.

За адносна кароткі прамежак часу — сакавік-верасень 1863 г. — на тэрыторыі Беларусі адбылося больш за сотню сутычак паўстанцаў з царскімі войскам. З іх некалькі дзясяткаў даволі буйных. На захадзе (Гродзенская, частка Мінскай губерні) паўстанне атрымала найбольшае распаўсюджанне. Ва ўсходняй частцы цяперашняй Беларусі галоўнай перамогай паўстанцаў лічыцца захоп горада Горкі студэнтамі земляробчага інстытута.

У Беларусі ў цяперашні час існуе больш за 60 аб'ектаў, прысвечаных падзеям паўстання. Ушанаванне памяці адбывацца несістэматычна, эпізадычна. Умоўна «хвалі» ўшанавання памяці герояў паўстання можна суаднесці з юбілейнымі датамі (1958, 1963, 1988, 2013). Ушанаванне памяці удзельнікаў адбываецца не толькі шляхам усталявання помнікаў, імёнамі паўстанцаў названы вуліцы беларускіх гарадоў.

Нягледзячы на праведзеныя мерапрыемствы па ўшанаванню, многія імёны і падзеі былі незаслужана забытыя. Сярод іншых, красавіцкія падзеі ў Горках, пра якія цяпер ў горадзе нічога не нагадвае.

Ушанаванне памяці герояў паўстання неабходна для папулярызацыі ведаў пра гістарычныя падзеі, якія адбываліся на Беларусі ў 1863–1864 гг. Кожны павінен ведаць гісторыю. Ведаць гісторыю свайго народа — значыць атаясамліваць сябе з ім, усведамляць сябе яго часткай.

Літаратура

1. Восстание 1863–1864 годов на территории Беларуси: архивные документы и материалы о восстании // Архивы Беларуси. — Режим доступа: <http://archives.gov.by>.
2. *Мацвейчык, Д.* Паўстанне 1863–1864 гадоў у Беларусі: нарыс баявых дзеянняў / Д. Мацвейчык. — Мінск : Медысонт, 2013.

П.П. Передня
БГЭУ (Мінск)

Научный руководитель *И.И. Сацукевич*

КОЖЕВЕННОЕ ДЕЛО НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ

Кожевенное дело — одно из древнейших ремесел, сохранившихся до наших дней. Умение качественно обработать кожу, сделать из нее

предметы одежды и быта всегда ценилось. Я проживаю недалеко от самого крупного кожевенного завода нашей страны, находящегося в агрогородке Гатово. Именно этот факт подтолкнул меня к исследованию данной темы. Также данная отрасль тесно связана с моей специализацией. Как позже выяснилось, найти подробную информацию о кожевенном деле в свободном доступе не так-то и просто, что побудило меня самой провести исследования.

Мне необходимо было узнать, когда кожевенное дело появилось на территории Беларуси, как протекало его развитие в этом регионе и какие отличительные особенности приобрело за время своего существования. Также я обратила пристальное внимание на кожевенные заводы в Республике Беларусь, проанализировала истории их создания и текущее положение кожевенной индустрии в стране в целом.

Свое исследование я начала с поиска первых упоминаний о кожевенном деле на Беларуси и на прилегающих территориях. Выяснилось, что раскопки Древнего Новгорода в 1937–1938 гг. помогли обнаружить некоторые изделия из кожи, которые можно отнести к IX–XI ст.ст. Немного позже, во время раскопок в Гродно, Полоцке и Минске, были найдены другие коллекции, позволяющие провести дополнительную систематизацию и уточнение существующих схем кожаной обуви Средневековья. Более ясной стала картина процесса обработки кожи и характера обувных и галантерейных мастерских того времени.

В XVI–XVII ст.ст. происходит широкое распространение кожевенного производства. В это же время увеличилось и число профессий в данной отрасли.

Другим этапом моей работы стала оценка кожевенных предприятий на территории Беларуси в XIX–XX ст.ст. В этот период кожевенная индустрия активно развивается в г. Сморгонь и г. Могилев. Удалось выяснить, из какой кожи производили ту или иную продукцию, сколько работников было задействовано на предприятиях и откуда поставлялось сырье.

На финальном этапе характеризуется современное состояние кожевенных предприятий Республики Беларусь. В настоящее время данную отрасль представляют «Бобруйский кожевенный комбинат» и «Минское производственное кожевенное объединение». Они тесно взаимодействуют с такими обувными и галантерейными фирмами, как «Отико», «Марко», «Галантэя», «Белвест», «Аладен», «Луч» и др.

Литература

1. *Пруднікаў, А.А.* Асаблівасці арганізацыі і развіцця рамеснай вытворчасці ў каталіцкіх гарадах XVII–XVIII ст.ст. / А.А. Пруднікаў // Весн. БДУ. — Мінск : Беларус. дзярж. ун-т, 2016. — Т. 3. — С. 3–9.
2. *Пярфільева, К.А.* Скураная вытворчасць на тэрыторыі Беларусі ў XI–XIII ст.ст.: стан і перспектывы даследавання / К.А. Пярфільева. — Мінск : Беларус. дзярж. ун-т, 2015. — С. 18–22.

Секция 15

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Э.С. Бабичева, Е.Ю. Жилинская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.М. Германович — канд. с.-х. наук

ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЙ ПРОЕКТ ОСВЕЩЕНИЯ АНГАРСКОГО МИКРОРАЙОНА г. МИНСКА

В условиях 80 %-го экспорта первичных энергоресурсов и значительного роста цен на энергоносители повышение эффективности использования энергетики в Беларуси рассматривается как основная задача на ближайшие годы и перспективу. В настоящее время энергопотребление в нашей стране составляет 36,704 млн кВт·ч, что составило в денежном выражении 23,6 млн долл. США [1]. Для сравнения: эта сумма составляет 1/5 часть госдолга Республики Беларусь, которая бы могла быть израсходована на его погашение.

Одна из статей расходов государства на электроэнергию — освещение улиц. Именно поэтому основная цель нашего исследования состояла в нахождении альтернативного решения по снижению расходов на освещение улиц, считая данную проблему актуальной для Республики Беларусь.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь нами была составлена карта степени освещенности областей республики (см. рисунок).



Освещенность областей Республики Беларусь

Первое место занимает Минская область, затем следует Витебская; Гродненская и Гомельская разделяют 3-е место; Могилевская и Брестская области занимают последние позиции.

XXI век позволяет человечеству использовать альтернативные источники энергии: ветровые установки, гелиосистемы, гидроэлектростанции и др. Так как перечисленные выше технологии работают на основе неисчерпаемых ресурсов, то все большее внимание уделяется развитию данной сферы природопользования. В рамках нашего исследования речь пойдет о гелиосистемах, а точнее фонарных столбах с гелиогенераторами. Пример стран-соседей доказывает экономическую эффективность данной технологии.

Проект на данном этапе будет представлять собой расчет по району нашего проживания, а именно — микрорайону Ангарская, для наглядного и более точного представления. В дальнейшем расчет будет произведен для всего города и Республики Беларусь в целом. Количество солнечных часов в году в Минске составляет 3270–4200 ч, что создает энергетически благоприятную и экономически выгодную ситуацию для широкого практического использования солнечной энергии.

На Ангарский микрорайон приходится около 2000 столбов уличного освещения. В среднем в месяц фонарь потребляет 180 кВт, что для всего района составляет 360 000 кВт и вытекает в кругленькую сумму — 23 тыс долл. США.

Стоимость одного фонаря с гелиоустановкой ES-240 составляет 628 долл. США, значит на весь микрорайон затраты составят 1,256 млн долл. США. Срок эксплуатации фонарей в среднем составляет 25 лет. Если просчитать затраты на 25 лет на нынешнее освещение в микрорайоне, то получится 6,935 млн долл. США. Экономия по предложенному проекту составляет: $6,935 - 1,256 = 5,679$ млн долл. США. Кроме того, предлагаемые нами установки менее затратные в обслуживании. Рекомендуемые сроки проверки ламп ES-240 — раз в пять лет, тогда как обычные фонарные столбы требуют непрерывного контроля.

Однако наряду с этим сплывает проблема квалифицированных работников в данной области, которая может быть решена их переквалификацией. Очевидно, что издержки на это не превысят сэкономленной суммы. Период окупаемости проекта

$$T = \frac{K}{P},$$

где K — капитальные вложения; P — годовая прибыль.

Для нашего проекта период окупаемости составит 4,5 года.

К плюсам можно отнести и то, что установка данных систем:

- позволит снизить нагрузку на линии электропередач, износ которых на сегодняшний день составляет 70 %;
- снизит потребление электроэнергии, выработанной традиционным методом, что уменьшит загрязнение окружающей среды;
- снизит затраты на первичные импортируемые энергоресурсы.

Таким образом, данный проект является эффективным как с экономической, так и с социальной точек зрения, и достоин внимания и дальнейшего развития на государственном уровне.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 10.04.2017.

2. Сайт товаро-производственной компании [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://msk.manblan.ru/store/catalog/street_lighting/solnechnyy-ulichnyy-fonar-es-240-fep-60vt-led-40vt-24ach/. — Дата доступа: 09.04.2017.

Т.С. Галух
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.В. Свищерская — канд. техн. наук

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ГРАМОТНОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Экологическое образование является одним из ведущих направлений развития системы образования.

Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды информирует население о базовых принципах экологии с помощью следующих лозунгов на билбордах в городах Беларуси: «Мы за землю сегодня в ответе, скажут спасибо завтра нам дети», «Берегите природу», «Нашы суседзі з чырвонай кнігі» и др.

С целью формирования высокой экологической культуры учащихся проводятся Республиканские конкурсы и проекты, например: конкурс на лучший детский рисунок на экологическую тематику, проекты «Зеленая школа», «Бережь природу — значит любить Родину», «Неделя леса», акции «Сбереги дерево — сдай макулатуру», «Мой друг — гном Эконом» и др. [2].

Для вовлечения учащихся в активную природоохранную деятельность, формирования здорового образа жизни, практического применения знаний о природе в нашей стране существует возможность посетить летние профильные оздоровительные лагеря. Особенно набирает популярность у ребят разного возраста, а также и их родителей участие в экоквестах [1].

При проведении работы по экологическому образованию особое внимание уделяется мероприятиям по датам Международного и Всемирного экологического календаря: 22.09 — «Всемирный день без автомобиля», 30.03 — «Час Земли», 15.04 — «День экологических знаний», 22.04 — «День Земли», 5.06 — «Всемирный день охраны окружающей среды» и многие другие.

В Беларуси при желании можно получить очное и заочное экологическое образование. Очное обучение включает в себя деятельность объединений по интересам эколого-биологического профиля. Заочное обучение — сочетание элементов очного и самообучения. Например, работа

Республиканской школы актива юных лесоводов, срок обучения которой составляет 2 года [1].

Для выяснения степени информированности населения в проведении политики повышения экологической грамотности было проведено исследование, в результате которого выяснилось, что в Беларуси уже с малых лет дети знают, что такое экология, а узнают они об этом от родителей, в детском саду и по телевидению. 63 % опрошенных ответили, что они не знают о проведении республиканских конкурсов, проектов, а также только 30 опрошенных могут назвать несколько праздничных дней, посвященных экологии, и что они имеют место в нашей стране. 54 % ответили, что мероприятия по устранению экологических проблем в Беларуси не проводятся и опрошенные не знают о возможности получения экологического образования, не включая специальностей в вузах. Кроме того, никто из опрошенных не хотел бы получить такое образование по причине незаинтересованности.

Таким образом, не смотря на то, что проводятся различные конкурсы, акции, проекты, организовываются квесты, используется реклама и многое другое для повышения экологической грамотности населения, эта проблема в Беларуси остается актуальной и в 2017 г. Необходимо продолжать налаживать способы информированности о мероприятиях, проводимых для повышения грамотности, как среди молодежи, так и населения в целом, так как если эти мероприятия и дальше будут находиться в тени, то силы, потраченные на их реализацию, будут напрасными.

Литература

1. Методические рекомендации «Экологическое образование и воспитание на 2016/2017 учебный год» [Электронный ресурс] // Республиканский центр экологии и краеведения. — Режим доступа: <http://eco.unibel.by/>. — Дата доступа: 09.03.2017.

2. Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minpriroda.gov.by/>. — Дата доступа: 09.03.2017.

М.И. Гриб, А.Н. Януш
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.Н. Белоусова — канд. геолог.-минералог. наук

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛАТЕЖЕЙ ЗА ЭКОСИСТЕМНЫЕ УСЛУГИ

В последнее десятилетие подходы к финансированию природоохранной деятельности стали меняться. Новые методы базируются наощрении мероприятий, направленных на сохранение природы. В том

числе широко используются платежи за экосистемные услуги (ПЭУ). Суть ПЭУ заключается в создании новых рынков, перераспределяющих финансовые потоки в пользу организаций и лиц, сохраняющих ландшафты и биоразнообразие. Распространению концепции ПЭУ способствовало исследование, проведенное под эгидой ООН «Оценка экосистем на пороге тысячелетия» [2]. В настоящее время реально использование компенсационных платежей и создание рынков в отношении четырех категорий экосистемных услуг. Это услуги по обеспечению пресной водой должного качества, поглощению углерода, сохранению биоразнообразия и эстетическим свойствам ландшафтов [1, 2].

Нами изучен международный опыт практического применения ПЭУ. ЕС имеет специальный механизм для поддержки экологически ориентированного сельского хозяйства и лесоводства как важнейшую часть программы сельскохозяйственного развития ЕС, которая оценивается в 4,5 млрд евро ежегодно.

Во Франции компания Perrier-Vittel, производитель бутилированной воды, выплачивает компенсации фермерам, владеющим землями выше по течению от места производства воды, за использование устойчивых методов ведения сельского хозяйства. Каждый фермер получает в среднем 230 долл. США на 1 га земли в год. Чем более «экологическое» хозяйство ведут фермеры, тем лучше качество производимой компанией воды [2].

Правительство Российской Федерации выделило 48 млн руб. на три года на программу занятости и переобучение населения за отказ от охоты на белька. Плательщиком является государство, а получателем — местное население, для которого должны быть созданы новые рабочие места в других сферах деятельности, не связанных с охотой на бельков [1].

Изученный зарубежный опыт практического использования ПЭУ может найти применение в Республике Беларусь. Современное законодательство Республики Беларусь закрепляет правовые основы для оказания государственными природоохранными учреждениями экосистемных услуг по сохранению эстетических и культурных ценностей ландшафтов. Таким образом, в стране перспективно развитие рынка экосистемных услуг по сохранению эстетических и культурных ценностей ландшафтов. Кроме того, в стране возможно формирование рынка экосистемных услуг по поглощению углерода, сохранению биоразнообразия. Для этого потребуется внесение дополнений и изменений в природоохранное законодательство Республики Беларусь.

Литература

1. Бобылев, С. Н. Экосистемные услуги и экономика / С. Н. Бобылев, В. М. Захаров. — М. : Институт устойчивого развития / Центр экологической политики России. — 2009. — 72 с.

2. Millennium Ecosystem Assessment. Ecosystems and Human Well-being // Synthesis Report. — Island Press, Washington DC, 2005. — 160 p.

ПЕРЕРАБОТКА ОТХОДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: РЕАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

«Человечество не погибнет от ядерной войны, оно задохнется в собственных отходах». Слова Нильса Бора приобретают особую значимость. С отходами и мусором мы ведем постоянную борьбу, но достаточно ли?...

За последние годы в Беларуси реализовано более десятка крупных проектов по переработке и утилизации отходов. С 2014 г. в республике создают систему сбора от населения отходов электронного и электрического оборудования, вводят в эксплуатацию новые линии сортировки коммунальных отходов, приобретают контейнеры для раздельного сбора ВМР и другое необходимое оборудование. Так, например, 15,6 % коммунальных отходов используется в производстве новой продукции в качестве вторичного сырья, в то время как 4 года назад этот показатель был на уровне 10 %. Практикуется и экономическое стимулирование сборщиков ВМР. Как результат — за счет выплаты компенсации расходов за сбор ВМР на 70 % увеличилось количество приемных пунктов.

В 2015 г. состоялся один из наиболее успешных некоммерческих проектов по сбору макулатуры и старых книг в специальных контейнеры, которые установили во всех районах г. Минска. По окончании данного проекта в областных центрах были размещены биллборды с благодарностью жителям Республики Беларусь, а также сняты мини-фильмы, в которых показан весь путь отходов до переработки в новую продукцию.

Также одним из наиболее значимых событий в данной сфере является уникальная установка по переработке отходов, разработанная белорусами. Белорусское ноу-хау позволяет перерабатывать 160–170 типов отходов при низкотемпературном пиролизе до 600 °С, который позволяет получать газовую фазу и выделять топливные элементы. Говоря простыми словами, в каждой крышке или полиэтилене находится огромное количество топлива, аналогичного дизельному. Кроме того, специалистам удалось создать фильтр-конденсатор, с помощью которого отфильтровываются парафины, являющиеся наиболее загрязняющими веществами.

Согласно статистическим данным, за прошедший 2016 г. в Беларуси собрано более 255 000 т бумаги и картона, более 140 000 т стекла, около 55 000 т полимерных отходов, более 30 000 т изношенных шин, почти 3500 т отходов электрического и электронного оборудования.

С каждым годом в стране образуется на 4000 т мусора больше, но сбор его остается на прежнем уровне и все больше загрязняет окружа-

ющую среду. Одной из главных целей государства и населения должно стать развитие и улучшение переработки отходов. В перспективе должны совершенствоваться раздельный сбор мусора, расширение приема заготовительных пунктов, привлечение, в первую очередь, безработных граждан. Весьма важной задачей является установление экономически обоснованных закупочных цен на все виды вторичного сырья, а также экологическое воспитание и пропаганда экологических знаний.

Беларусь должна развиваться в данной сфере на примере европейских стран, так как именно там процесс переработки отходов наиболее развитый в мире. Некоторые меры легко осуществимы и в нашей стране:

- в разных европейских странах прибегают к различным способам мотивации населения к тщательной сортировке мусора. Так, например, берлинские подростки, которые собирают мусор и сдают его на вторичную переработку, получают за это финансовое вознаграждение, а в Нидерландах выдают специальные купоны экологической лояльности;
- везде в Европе можно найти контейнеры, предназначенные для органического мусора, стекла, пластика, бумаги, алюминия и жести;
- серьезно относятся к мусору на улицах. В Австрии вы вряд ли увидите на тротуаре бумажку либо окурок, поскольку за это полагается весьма внушительный штраф.

Достижения страны в сфере переработки отходов зависят от поведения каждого жителя, так как государство, развивая инфраструктуру сбора, сортировки отходов, их переработки, создает только необходимые условия.

Литература

1. Анализ действующих в Республике Беларусь объектов по использованию и обезвреживанию отходов / Т. И. Масловская [и др.] // Эколог. вести. — 2010. — № 2 (12). — С. 113–118.
2. *Неверо, О. Е.* Отходы — горы мусора или золотое дно? / О. Е. Неверо // Финансы, учет, аудит. — 2014. — № 7. — С. 37–38.
3. Об обращении с отходами : Закон Респ. Беларусь от 20 июля 2007 г. № 271-2, в ред. от 7 янв. 2012 г. № 340-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2007. — № 183. — 2/1368.

К.А. Лосева, А.А. Слонимская
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель *С.В. Лашук*

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА БЕЛОРУССКОЙ АЭС

В целях обеспечения энергетической безопасности в Республике Беларусь реализуется проект по строительству атомной станции. Первый блок электростанции будет введен в эксплуатацию в 2019 г., второй —

в 2020 г. Суммарная мощность объекта составит около 2400 МВт. Ввод в эксплуатацию Белорусской АЭС повлечет за собой изменения в энергетике Беларуси (в потреблении различных энергоресурсов и в системе энергообеспечения), экономике республики, в инфраструктуре г. Островец и повлияет на экологическую ситуацию в стране. АЭС позволит, с одной стороны, вывести из топливного цикла значительные объемы органического топлива, что улучшит экологическую обстановку в Республике Беларусь, уменьшив выбросы парниковых газов; а с другой стороны — повысить инвестиционную привлекательность региона размещения АЭС и расширить его социальные и экономические возможности [2].

Одним из наиболее значительных обоснований строительства АЭС является уменьшение в перспективе доли органического топлива (в основном природного газа) в энергообеспечении страны. После ввода в эксплуатацию Белорусской АЭС планируется понизить долю природного газа в производстве тепловой и электрической энергии в 2020 г. — до 70 %, в 2025 г. — до 60 % по отношению к 2016 г. [1, с. 1].

Наличие в стране собственной электростанции также позволит Беларуси быть более независимой в энергетическом плане (25–30 %), производя значительную часть потребляемой электроэнергии внутри страны. Кроме того, в экономике Беларуси планируется развитие нового сегмента, связанного с торговлей электроэнергией. В этом сегменте предполагается формирование и функционирование оптового и розничного рынка электрической энергии, увеличение экспорта электрической энергии на период до 2025 г. [1, с. 7].

Строительство Белорусской АЭС уже оказало значительное влияние на г. Островец. Строительство станции меняет инфраструктуру города, делает район привлекательным для инвестиций и создает множество новых рабочих мест. Более 80 % всех вакансий в службу занятости района предоставляют предприятия и организации, занятые на строительстве.

АЭС — один из самых экологически чистых способов получения электроэнергии, однако станция является потенциально опасным объектом, и при нарушении нормального режима работы в опасной зоне будут находиться особо охраняемые природные объекты: национальные парки «Нарочанский» и «Браславские озера», заказник «Сорочанские озера».

Строительство Белорусской АЭС носит для Беларуси стратегическое значение. Станция будет способствовать энергетической независимости Беларуси, диверсификации энергетических ресурсов, положительно повлияет на экологическую обстановку и инфраструктуру района своего расположения.

Литература

1. Комплексный план развития электроэнергетической сферы до 2025 года с учетом ввода Белорусской атомной электростанции : постанов-

ление Совета Министров Респ. Беларусь, 1 марта 2016 г., № 169 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2016. — № 11. — С. 83–86.

2. Министерство энергетики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://minenergo.gov.by>. — Дата доступа: 27.03.2016.

А.Ю. Соловей
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.А. Смольская — канд. экон. наук

МОТИВАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ

Усиливающаяся антропогенная нагрузка на окружающую среду объясняет необходимость ресурсосбережения и делает его неотъемлемой частью как политики государства, так и отдельных хозяйствующих субъектов.

Для предприятий ресурсосберегающая деятельность представляет собой возможность улучшения финансовых показателей посредством экономного и эффективного использования материальных, трудовых, природных, финансовых и других ресурсов.

Движущей силой данной деятельности в первую очередь является человек, от знаний, умений, возможности генерировать идеи и воплощать их в жизнь, заинтересованности и прикладываемых усилий которого зависит эффективность проведения тех или иных мероприятий.

Добиться желаемого поведения от сотрудников можно путем их мотивации, представляющей собой совокупность мероприятий воздействия на работников с учетом удовлетворения их потребностей и решения целевых задач, стоящих перед предприятием [1, с. 6].

Залогом эффективности мотивации труда являются выявление потребностей работников и разработка на их основе методов стимулирования, количество и разнообразие которых делает целесообразным определение их актуальности, т.е. степени влияния на поведение, для работников различных категорий труда.

С этой целью проведено анкетирование, участниками которого стали 57 чел., не являющихся работниками конкретного предприятия.

По результатам исследования установлено, что для работников, занятых умственным трудом, рейтинг актуальных стимулов состоит из следующих: денежные стимулы, профессиональный рост и развитие, самостоятельность, удобный график работы и творческая работа. Для работников физического труда на первом месте также стоят денежные стимулы, далее — вознаграждение в виде дополнительного выходного дня, социальные льготы, удобный график работы и коллективное мнение и уважение.

Следовательно, опираясь на приведенные результаты, мотивация работников в сфере ресурсосбережения может быть организована следующим образом: определение на конкурсной основе наиболее активных в данной сфере сотрудников предприятия.

Стимулом для специалистов — представителей умственного труда — может стать подарок в виде оплаты организацией обучающих курсов или мастер-классов в пределах заранее определенной стоимости, а для рабочих — предоставление дополнительных выходных дней с сохранением оплаты в размере среднесуточного заработка. Здесь не рассматриваются денежные стимулы, так как их применение в виде премий широко распространено в организациях.

Итоги конкурса могут подводиться в конце конкретного периода (квартала, полугодия, года). Решение о победителях принимается руководителем организации на основе данных учета (при возможности его ведения), собственных наблюдений, отчетов начальника производства, руководителей отделов и т.д.

Воздействие на поведение работников через использование выявленных актуальных стимулов увеличит вероятность решения задач ресурсосбережения через старательное исполнение работниками необходимых действий по экономии ресурсов.

Следовательно, универсальность и сравнительно низкий уровень затрат обосновывают доступность и возможность использования мотивации как инструмента ресурсосбережения.

Литература

1. *Борисенко, А. О.* Совершенствование экономического механизма мотивации труда работников управления сельскохозяйственных организаций : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А. О. Борисенко ; Респ. науч. УП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси». — Минск, 2014. — 26 с.

А.В. Становская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.А. Смольская — канд. экон. наук

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КЛИМАТИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БЕЛАРУСИ

Концепция национальной безопасности охватывает все сферы деятельности государства — от внешней безопасности территорий до безопасности людей, причем экологическая безопасность приобретает все большее значение, становясь в один ряд по значимости с военной, экономической, демографической и продовольственной, во всех без исключения странах мира.

Согласно концепции национальной безопасности, экологическая безопасность — это состояние защищенности окружающей среды, жизни и здоровья граждан от угроз, возникающих в результате антропогенных воздействий, а также факторов, процессов и явлений природного и техногенного характера [1].

Следует отметить, что Беларусь подвержена краткосрочным и долгосрочным погодным и климатическим воздействиям. Ежегодно на территории Беларуси регистрируется от 8 до 20 опасных гидрометеорологических явлений (далее — ОЯ). Большинство отмечающихся ОЯ носит локальный характер, однако такие явления, как заморозки, сильный ветер, сильные дожди, сильные снегопады, чрезвычайная пожарная опасность, в отдельные годы охватывают значительную часть территории Беларуси.

По результатам долгосрочных прогнозов продолжится рост температуры, что приведет к увеличению экстремальных явлений. Гидрометеоцентр отмечает увеличение среднегодовой температуры на 1,3 °С за период с 1989 г. [2]. Прогнозы указывают на продолжение этой тенденции с увеличением средней температуры на 1 °С к 2030 г., 2 °С к 2060 г. и до 4,4 °С к 2099 г. [2].

В результате изменения температуры и количества осадков годовой сток рек Беларуси за последние десятилетия увеличился на 5–20 %, за исключением Западного Буга и Немана, сток которых сократился [3]. Из-за потепления в маловодные периоды осложнится работа водного транспорта. Потепление в зимний период может снизить потребление энергии на отопление, но возрастет ее потребление на нужды охлаждения летом. Стихийные бедствия могут осложнять работу транспорта и причинять ущерб транспортной инфраструктуре. В результате сильной жары может разрушаться покрытие дорог, что повысит вероятность аварий.

Снижение уровня грунтовых вод, пожары, размножение вредителей леса и развитие болезней неблагоприятно влияют на состояние и продуктивность лесов, которые занимают 39,9 % территории Беларуси. Деревья медленно адаптируются к резким температурным изменениям, ранняя вегетация и поздние заморозки могут замедлить их рост. Из-за потепления климата в Полесье может сократиться распространение ели, массовое высыхание насаждений уже наблюдается в последние 15–20 лет, что является фактором угрозы устойчивому социально-экономическому развитию [3].

Для снижения потерь от опасных явлений требуются совершенствование системы мониторинга окружающей среды, внедрение современных технологий сбора, передачи, обработки и хранения информации, а также использования современных методов прогнозирования и оперативного доведения информации до потребителей, в том числе информации об изменении климата.

Литература

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by>. — Дата доступа: 01.04.2017.
2. Климат Республики Беларусь в 2015 г. [Электронный ресурс] // Республиканский центр по гидрометеорологии, контролю радиоактивного загрязнения и мониторингу окружающей среды. — Режим доступа: <http://hmc.by/Климат-Республики-Беларусь-в-2015-году>. — Дата доступа: 03.04.2017.
3. Экология Беларуси: состояние и прогнозы [Электронный ресурс] // Новости Беларуси — БелТА. — Режим доступа: <http://www.belta.by/online-conference/view/ekologija-belarusi-sostojanie-i-prognozy-841>. — Дата доступа: 05.04.2017.

А.А. Шарапаева, Д.Ю. Прокопенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Н.А. Смольская** — канд. экон. наук

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Возобновляемая энергетика является одним из важнейших направлений «зеленой» экономики. Сегодня многие развитые страны переходят на энергию ветра, солнца, геотермальных источников, биогаза и биомассы. Их опыт предстоит перенять и Беларуси, решившей на государственном уровне внедрять принципы «зеленой» экономики.

В структуре потребляемых топливно-энергетических ресурсов Беларуси на долю возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в 2016 г. приходится 5,7 %. К 2018 г. этот показатель должен возрасти до 6 %.

ВИЭ в Беларуси: насчитывается 68 ветряков; 59 гидроэлектростанций; 35 биогазовых установок; 101 фотоэлектрическая станция аккумулирует энергию солнца; 25 тепловых насосов используют в качестве источника энергии тепло Земли; 387 установок, работающих на древесном топливе и биомассе.

Максимально возможное количество вырабатываемой электроэнергии на установках ВИЭ сегодня в Беларуси — 1,2 млрд кВт·ч в год.

Главными сдерживающими факторами развития возобновляемой энергетики в Республике являются:

1. Сравнительно низкая стоимость традиционных энергоресурсов (природного газа) и, следовательно, низкая окупаемость проектов возобновляемой энергетики.

2. Недостаточность экономических стимулов.

3. Перекрестное субсидирование и предоставляемые льготы для ЖКХ и сельского хозяйства.

4. Недостаток внутренних инвестиционных ресурсов для развития отрасли;

5. Боязнь иностранных инвесторов из-за плохого имиджа Беларуси и малой изученности данного рынка.

6. Монополия в энергетике.

7. Недостаточность научной и технологической базы.

8. Отсутствие информирования заинтересованных сторон (потребители в Беларуси (индивидуальные потребители, организации) должны иметь полную информацию о новых энергоэффективных технологиях, а также иметь доступ к ним);

9. Значительные капитальные затраты.

10. Недостаточность опыта в реализации подобных проектов.

Мы считаем, что для проведения эффективной энергетической политики в Республике Беларусь необходимо обратить внимание на потери энергии при транспортировке тепла, активнее производить внедрение биогазовых установок, строить заводы по переработке мусора, использовать древесные отходы и фитомассу.

Литература

1. Смольская, Н. А. Методологические и практические аспекты оценки потенциала возобновляемых источников энергии / Н. А. Смольская // Экон. Бюл. НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь. — 2010. — № 12. — С. 62–66.

2. Ассоциация «Возобновляемая энергетика» [Электронный ресурс] // Возобновляемая энергетика в Республике Беларусь. — Режим доступа: <http://www.energy-aven.org/>. — Дата доступа: 19.03.2017.

Секция 16

ФИЛОСОФСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Е.В. Катько
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель *Н.Н. Сечко* — канд. социол. наук

ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ БЕЛАРУСИ В ОЦЕНКАХ СТУДЕНТОВ БЕЛОРУССКИХ ВУЗОВ

По состоянию на 2015 г. численность организованных туристов, прибывших в Беларусь, составила 435,7 тыс. чел., а выезжавших из Беларуси — 696,2 тыс. чел. [1, с. 23].

Статистических данных по состоянию сферы внутреннего туризма в Беларуси нет. В связи с этим нами было проведено социологическое исследование с целью выявить, насколько привлекательна сфера внутреннего туризма для студенческой молодежи.

На начало 2015 г. в Беларуси численность студентов в учреждениях высшего образования составляла 362 900 чел. [2, с. 32]. Исходя из данного объема генеральной совокупности (N) при $alpha = 0,05$, $delta = 0,05$, $D(x) = 0,2500$, расчетный объем выборочной совокупности составляет 387 респондентов. На первом этапе нами применялась стратифицированная выборка, когда в каждом регионе были отобраны типичные учреждения высшего образования. На втором этапе применялась квотная выборка, когда для каждого региона были рассчитаны квоты по численности студентов в соответствии с долей обучающихся в данном регионе студентов. Внутри квот численность студентов была равномерно распределена между высшими учебными заведениями, отобранными для проведения опроса. Исследование было проведено методом онлайн-опроса в сервисе SurveyGizmo, приглашение к опросу рассылалось в студенческие учебные группы отобранных университетов в социальных сетях. Фактическая выборочная совокупность превысила расчетную и составила 632 респондента, что позволяет нам считать данные репрезентативными и экстраполировать их на всю белорусскую вузовскую молодежь.

Согласно данным исследования, белорусские студенты отдают предпочтение культурно-познавательному туризму — 16,9 % и пляжному — 16,5 %. Основными критериями при принятии решения в сфере внутреннего туризма для белорусских студентов являются: транспортная доступность (42,5 %), стоимость отдыха (46,7 %), наличие достопримечательностей (35,2 %), а при выборе тура за рубежом — наличие

достопримечательностей (61,2 %), стоимость отдыха (61,0 %), культура страны (59,3 %).

Структура внутреннего туризма, реализуемого студенческой молодежью, выглядит следующим образом: отдых в городе — 30,0 %, отдых в деревне — 20,5 %, отдых за границей — 15,8 %, отдых на природе, «дикарем» — 14,2 %, в агроусадебках — 1,4 %. Таким образом, студенческая молодежь фактически не вовлечена в организованные формы внутреннего туризма. Основными источниками информации о возможностях внутреннего туризма для студентов выступают: Интернет — 37,0 % и социальное окружение (друзья, знакомые) — 30,2 %; реклама и передачи на телевидении — 11 %, реклама в транспорте — 6,9 %, журналы и газеты — 5,0 %, уличная (щитовая реклама) — 4,3 %, радио — 1,9 %. Департаментом по туризму Министерства спорта и туризма Республики Беларусь с целью продвижения и развития сферы туризма в Беларуси был создан официальный портал, однако даже среди белорусских студентов 66,6 % не знают о данном портале. Таким образом, для продвижения сферы внутреннего туризма в Беларуси следует более активно использовать возможности интернета и социальных сетей, которыми наиболее активно пользуется молодежь.

Для повышения привлекательности внутреннего и въездного туризма в Беларуси студентами были предложены следующие меры: развитие туристической инфраструктуры (увеличение количества недорогих хостелов и гостиниц, кафе и т.д.), отмена визового режима, повышение качества и сервиса обслуживания, снижение уровня цен на туристические и сопутствующие услуги, более активный пиар достопримечательностей Беларуси в интернете и социальных сетях.

Литература

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.
2. Образование в Республике Беларусь, 2015 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

А.В. Литун

УрГЭУ (Екатеринбург)

Научный руководитель О.А. Коропец — канд. психол. наук

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ О ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫХ КАЧЕСТВАХ РЕКРУТЕРА: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

В настоящее время на рынке труда часто игнорируется так называемое «золотое правило», которое гласит, что труд эффективен, если индивидуально-личностные особенности субъекта соответствуют требова-

ниям, предъявляемым к ним самой профессией как системой функций [1]. Данная проблема связана с пробелами в профориентации и карьерном ориентировании, недостаточным уровнем подготовки специалистов по подбору персоналом, несформированными представлениями самих кандидатов о будущей профессии [2, 3]. Известно, что адекватные представления субъекта труда о необходимых для выбранной деятельности свойствах личности способствует успешному профессиональному развитию специалиста, поэтому изучение их у студенческой молодежи чрезвычайно актуально.

Целью работы является изучение представлений студентов о профессиональных важных качествах (ПВК), необходимых для успешной трудовой деятельности.

Мы предполагаем, что у студенческой молодежи представления о ПВК специалиста сформированы неверно в связи с недостаточной погруженностью в профессиональную среду.

Исследование проводилось на основе методики оценки деятельности О. Липмана. В исследовании приняли участие 28 студентов третьего курса очного отделения (средний возраст — 21 год) и 24 студента второго курса заочного отделения (средний возраст — 27 лет) специальности «Управление персоналом». Испытуемые оценивали ПВК для специалиста по подбору персонала (рекрутера).

Согласно результатам исследования у студентов очного отделения, необходимыми ПВК рекрутера являются только коммуникативные качества; студенты заочного отделения выделили коммуникативные, мыслительные, волевые, аттенционные, имажинитивные и сенсорные качества. В обеих группах нарушена иерархия ПВК, а ряд важных качеств, таких как наблюдательность, эмоциональность, получили недостаточно высокую оценку.

Таким образом, исследование показывает необходимость коррекции представлений о профессионально важных качествах специалиста у студентов. Внедрение методов практико-ориентированного обучения позволит сформировать у студентов правильную оценку будущей трудовой деятельности и в целом улучшить социально-экономическую ситуацию на рынке труда.

Литература

1. Климов, Е. А. Введение в психологию труда / Е. А. Климов. — М. : Академия, 2004. — 336 с.
2. Коропец, О. А. Применение технологии коучинга в карьерном ориентировании студентов / О. А. Коропец // Новое слово в науке: перспективы развития. — 2016. — № 4-1. — С. 138–141.
3. Коропец, О. А. Карьерное ориентирование как инструмент формирования сферы профессионального развития молодежи / О. А. Коропец, А. С. Мельникова // Human Progress. — 2016. — Т. 2. — № 4. — С. 3–11.

В.Л. Лукашенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель М.В. Сидорова — канд. психол. наук

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНОЕ КАЧЕСТВО СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ

Существенным показателем образованности, интеллектуального развития современного специалиста в области экономики является способность применять знания общения в своей профессиональной деятельности. Когда говорят о профессиональной компетентности специалиста, то подразумеваются, прежде всего, его знания своей специальности, но в то же время предполагается, что профессиональные знания подкреплены его умением разбираться в окружающем мире, умением общаться. Особые требования предъявляются к коммуникативной подготовке специалистов экономического профиля, поскольку экономическая деятельность специалиста в условиях рыночной экономики связана с ведением переговоров и диалога с клиентом. Выполнение этих функций, которые занимают более 60 % профессиональной деятельности, связано с коммуникативной компетентностью: вести диалог и переговоры, отстаивать свою точку зрения в дискуссии, уметь убеждать, готовить аналитические доклады и выступать с ними перед аудиторией, устанавливать контакты, общаться в социуме, учитывать социальные нормы поведения и коммуникативную целесообразность высказывания.

Коммуникативная компетентность — это совокупность знаний, умений, навыков, способностей и личностных особенностей, обеспечивающих успешное протекание коммуникативного процесса. Коммуникативная компетентность состоит из когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов.

Цель нашего исследования — теоретически изучить и эмпирически исследовать особенности коммуникативной компетентности студентов экономического профиля.

Для достижения поставленной цели нами были использованы методика диагностики коммуникативного контроля (М. Шнайдер) и методика оценки уровня общительности (В.Ф. Ряховского). Тесты позволяют определить уровень коммуникабельности человека, его способность устанавливать, поддерживать и сохранять хорошие личные и деловые взаимоотношения с окружающими людьми. В исследовании приняли участие 60 чел. (студенты БГЭУ).

Анализ результатов исследования показал, что у 30 % студентов низкий уровень коммуникативного контроля. Такие студенты характеризуются высокой импульсивностью в общении, их поведение мало подвержено изменениям в зависимости от ситуации общения. У 50 %

студентов средний уровень коммуникативного контроля. Эти студенты характеризуются непосредственностью в общении, искренним отношением к другим, сдержанностью в эмоциональных проявлениях, соотношением своих реакций с поведением окружающих людей. Высокий уровень коммуникативного контроля был выявлен у 20 % студентов. Люди с таким уровнем коммуникативного контроля постоянно следят за собой, управляют своими эмоциями.

Результаты исследования также показали, что средний уровень общительности был выявлен у 53 % студентов. Такие студенты характеризуются достаточно высоким уровнем общительности и в незнакомой обстановке чувствуют себя вполне уверенно. Высокий уровень общительности был выявлен у 47 % студентов. Люди с таким уровнем общительности весьма коммуникабельны, любопытны, разговорчивы, охотно знакомятся с новыми людьми.

Таким образом, было выявлено, что половина всех испытуемых студентов имеет среднюю выраженность как коммуникативного контроля, так и уровня общительности, что говорит о недостаточной сформированности коммуникативной компетентности у студентов экономического профиля.

М.В. Чечёва
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.А. Бородуля — канд. филос. наук

ПРАКТИКА ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Актуальность темы венчурного финансирования в Республике Беларусь подтверждается интересом со стороны как белорусских участников венчурной экосистемы, так и зарубежных представителей. Так, агентство USAID совместно с группой компаний Belbiz и юридической фирмой «Алейников и партнеры» в рамках проекта AID Venture провели первое исследование венчурной экосистемы Республики Беларусь. В опросе, длившемся с декабря 2016 г. по февраль 2017 г., приняли участие более 300 представителей венчурной и стартап-экосистемы. Участниками опроса стали инвесторы, субъекты поддержки экосистемы и стартапы.

Согласно результатам исследования, за последние три года (с 2014 по 2016 г.) более 77 % стартапов привлекли финансирование на стадии прототипа продуктов и выхода на рынок от белорусских и иностранных инвесторов. В то же время 40,9 % стартапов привлекли финансирование в объеме, не превышающем 100 тыс. долл. США. При этом, ближайшие три года около 35 % белорусских стартапов готовы привлечь инвестиции до 500 тыс. долл. США, 14 % — более 1 млн долл. США.

Из этого следует вывод о том, что рынок венчурных инвестиций в Республике Беларусь молод и находится в процессе развития, а тот факт, что стартапы нуждаются в небольших суммах инвестиций, свидетельствует о потенциале развития бизнес-ангельской среды.

По оценкам респондентов, для 51 % участников экосистемы инвестиционный климат является неблагоприятным. Оценивая проводимые изменения инвестиционного климата, 19 % респондентов называют их отрицательными, 38 % — вовсе не видят изменений. На вопрос, достаточно ли защиты для инвесторов в действующем законодательстве, 13 % респондентов ответили, что гарантий достаточно; 21,8 % опрошенных считают, что гарантий достаточно только в некоторых сферах; 40 % считают уровень гарантий недостаточным, а 19,5 % респондентов оценивают правоприменительную практику как неудовлетворительную [1].

Существуют и препятствия для структурирования инвестиционных сделок в Республике Беларусь. Согласно статистике, более 50 % сделок структурируются за рубежом. Причинами этого являются отсутствие в национальном законодательстве распространенных в международной практике инструментов структурирования сделок, отсутствие судебной практики по вопросам применения инструментов структурирования сделок и др.

С целью улучшения инвестиционного климата и создания благоприятных условий для развития венчурной экосистемы необходимо:

- ввести в национальное законодательство инструменты структурирования сделок, а именно: конвертируемый займ, инструменты put/call, drag alone/tag alone;
- ввести институт заверения об обстоятельствах, институт возмещения потерь, институт коллективного инвестирования [1].

Помимо трансформации законодательства важными факторами развития венчурной экосистемы являются формирование эффективной судебной системы, предоставление льгот венчурным компаниям, создание механизмов налогового стимулирования венчурной деятельности и декриминализация ответственности в экономической сфере.

Литература

1. Литвин, А. Как инвесторы, стартапы и госучреждения оценивают венчурную экосистему? Результаты исследования AID Venture [Электронный ресурс] / А. Литвин // STARTUPLIFE. — Режим доступа: <http://startuplife.by/aid-study.html>. — Дата доступа: 20.03.2017.

ОРИЕНТАЦИИ НА ЗАНЯТИЕ ПРЕДПРИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ БЕЛОРУССКИХ СТУДЕНТОВ

Современная экономическая теория и практическая государственная политика придают малому и среднему предпринимательству особое и многоплановое значение, связывая с динамичным развитием этого сектора хозяйства достижение важнейших целей социально-экономического развития государств и отдельных территорий. По итогам 2016 г. вклад малого и среднего бизнеса в ВВП Беларуси составил 24,2 %, а в 2012 г. данный показатель равнялся 27,1 % [1]. Для того чтобы изучить ориентации на занятие предпринимательской деятельностью и оценить бизнес-среду, было проведено социологическое исследование «Ориентации на занятие предпринимательской деятельностью студенческой молодежи». Объем генеральной совокупности учащихся учреждений высшего образования в Беларуси на начало 2016 г. составлял 362 900 чел., при $\alpha = 0,05$, $\delta = 0,05$, $D(x) = 0,2500$ расчетный объем выборочной совокупности — 387 респондентов.

Вот некоторые из полученных данных. Начнем с того, как современная молодежь страны относится к предпринимателям. Для получения таких данных на основе вопроса об отношении респондентов к предпринимателям был построен индекс личного отношения к предпринимателям, где максимальное значение $I_{\text{лоп}}$ равно «+1» (в случае, если все респонденты выбрали вариант ответа «положительно») и минимальное значение «-1» (в случае, если все респонденты выбрали вариант ответа «отрицательно»). В результате произведенных расчетов $I_{\text{лоп}}$ равен 0,725, а индекс отношения белорусского общества к предпринимателям ($I_{\text{ооп}}$), основанный на аналогичном вопросе, составил 0,1. Таким образом, личное отношение молодежи к предпринимателям характеризуется высоким уровнем позитива, а вот отношение белорусского общества в целом к предпринимателям молодежь оценивает неоднозначно, отмечая наличие как позитивного и нейтрального, так и негативного отношения.

На вопрос: «Планируете ли Вы в будущем заниматься предпринимательской деятельностью?» 37,0 % респондентов утвердительно, 17,1 % не планируют заниматься такой деятельностью, 45,5 % респондентов затруднились ответить на вопрос. 9,2 % из ответивших положительно уже занимаются предпринимательством. Самыми привлекательными сферами деятельности, по мнению студентов, являются торговля (48,2 %) и ресторанный бизнес (44,5 %).

Наиболее приемлемыми организационными формами ведения бизнеса для участников опроса стали: индивидуальное предпринимательство (31,5 %) и микропредприятие (35,2 %). В первую очередь это связано с меньшей финансовой затратностью и сравнительной простотой оформления и ведения документооборота данных организационных форм. Это подтверждается так же и тем, что 63,6 % респондентов планируют открывать собственное дело, привлекая личные финансовые средства.

Таким образом, данное исследование позволило выявить качественные характеристики ориентаций белорусской молодежи на занятие предпринимательской деятельностью: готовность самостоятельно заниматься бизнесом, оценки привлекательности различных экономических сфер для занятия бизнесом, оценки бизнес-климата и институциональной среды в Беларуси, а также приоритетные направления повышения их эффективности и привлекательности.

Литература

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

Секция 17

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

А.А. Волчек, В.И. Грамович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.Н. Нестерович — канд. филол. наук

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)

Всеобъемлющий анализ лексического состава языка невозможен без знания истории его развития и планомерного изучения этапов его эволюции. Будучи неотъемлемой частью любого языка, лексика развивается и обогащается вместе с этой системой, находясь в весьма сложных и многосторонних отношениях с ней. При этом нельзя обойти стороной межкультурное взаимодействие языков, объединенных общей историей и культурными ценностями, коими в данной работе представлены английский и французский языки. Таким образом, объектом данного исследования выступает процесс заимствования французской лексики английским языком и английской лексики французским, в то время как предмет исследования представлен англо-французскими заимствованиями на современном этапе развития обоих языков. Целью данного исследования является выявление англо-французских заимствований в контексте экономического дискурса на английском и французском языках.

На сегодняшний день около 70 % английской лексики составляют заимствованные слова, в то время как лишь 30 % являются исконно английскими. Причина такой усвояемости иностранной лексики кроется в историческом развитии языка. Завоевание Британских островов норманнами, развитие торговли, влияние культуры близлежащей страны — все эти факторы способствовали закреплению французской лексики в английском языке. Тем не менее, несмотря на наличие огромного пласта французской лексики во всех видах дискурса на протяжении развития английского языка, языковая ситуация и роль языка претерпели значительные изменения. Анализ экономической лексики в таких англо- и франкоязычных периодических изданиях, как BBC News, Time, The New York Times, Le Monde, 20 Minutes и Le Figaro, демонстрирует явное преобладание английских заимствований во французском языке на данном этапе развития. В результате анализа 110 статей в рамках экономического дискурса на обоих языках было обнаружено, что, хотя количество французских заимствований в английском языке превышает аналогичный показатель во французском (85 против 32), их

официальное внедрение в английский язык восходит к XIX в. В ходе исследования использованы такие этимологические словари, как Concise Oxford Dictionary of English Etymology, An Etymological Dictionary of Modern English, Le Robert Dictionnaire d'etymologie du francais и Dictionnaire des mots d'origine etrangere, согласно которым в 1846 г. было зафиксировано последнее заимствование из изученной экономической лексики, в то время как с 1849 г. и по сей день происходит планомерное внедрение английской терминологии во французский экономический дискурс.

К причинам заимствования английской терминологии во французском экономическом дискурсе можно отнести исторический контакт (13,64 %), экономию языковых средств (22,73 %), отсутствие эквивалентов (40,91 %), а также авторитетность языка-источника (22,73 %). Было отмечено, что английская терминология в экономическом дискурсе заменяет французскую в основном в силу отсутствия эквивалентов во французском, а также в целях экономии языковых средств. Помимо этого, французский язык на современном этапе перестает быть источником пополнения английской лексики, уступив эту роль английскому, который активно проникает в лексическую систему французского и других индоевропейских языков. Таким образом, в ходе исследования был выявлен общий лексический пласт, употребляемый в равной степени в обоих языках, что может способствовать параллельному изучению двух языков разных групп на базе общей лексики.

А.Д. Галуза
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.Н. Нестерович — канд. филол. наук

ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ

За последнее десятилетие мировой рынок консалтинговых услуг пополнился сотнями новых компаний, провоцируя ожесточение конкуренции в этой сфере. В связи с этим компании этой направленности вынуждены активно разрабатывать новые пути коммуникации с клиентами и способы их привлечения, иными словами — развивать маркетинговые коммуникации. Целью данного исследования является разработка сервиса для привлечения клиентов из медицинской сферы для компании ООО «Изи Штандарт».

Маркетинговые коммуникации — это процесс передачи информации о товаре целевой аудитории. Так как невозможно удовлетворить потребности сразу всех клиентов, необходимо провести сегментацию потенциальных потребителей. В случае компании «Изи Штандарт» ее клиентов можно разделить по отраслям промышленности, в которых они оперируют.

Анализ источников заработка компании за прошедшие 2 года показал, что клиенты из медицинской отрасли приносят компании наибольший доход. Поскольку основной проблемой клиентов из этой сферы является страх выхода на новые рынки, обосновывающийся необходимостью оформления большого количества специфической документации, сложностью этого процесса и стоимостью подготовительных работ, было принято решение разработать бесплатный онлайн-сервис, позволяющий потенциальным клиентам узнать, на какие рынки им выгоднее всего поставлять свою продукцию и какую документацию для этого нужно получить их компании.

В результате сегментации медицинской сферы было выделено 18 областей применения медицинских изделий, в которых оперируют потенциальные клиенты ООО «Изи Штандарт». На основе этой классификации было проведено итоговое исследование. Для этого был использован метод контент-анализа, проанализированы англоязычные и русскоязычные маркетинговые исследования за 2014–2016 гг., находящиеся в свободном доступе в интернете, на основе которых составлена таблица с указанием: области применения медицинского изделия, трех крупнейших потенциальных рынков для этой области, денежного оборота этой области медицины в данном регионе, списка необходимой документации для выхода на рынок региона.

Последние тенденции показывают, что для наиболее эффективного привлечения клиентов необходимо предоставлять необходимую для них информацию в как можно более простой форме. В связи с этим было принято решение оформить наработанный контент в виде интерактивного онлайн-сервиса.

В итоге на основе всех полученных и исследованных данных был разработан сайт, на котором потенциальный клиент может ознакомиться с информацией о наиболее привлекательных рынках для реализации товара его компании и оставить заявку на получение коммерческого предложения. Так как созданный сервис был привязан к amoCRM — корпоративной web-программе для анализа продаж, при получении заявки автоматически производится высылка соответствующего коммерческого предложения на почту клиента, после чего с клиентом связывается менеджер компании.

Статистику посещений сервиса и увеличение за счет него прибыли компании ООО «Изи Штандарт» на данный момент можно только прогнозировать, однако подобные бесплатные сервисы/услуги уже хорошо зарекомендовали себя в привлечении клиентов за последнее десятилетие: «White Papers» («белые книги»), предлагающие потребителям уникальную информацию бесплатно, бесплатные курсы по SEO от российской компании SeoPult, бесплатные вебинары.

На данном этапе сервис функционирует по адресу <http://www.easy-standart.by/eksport-med-izdelyi/> и планируется для запуска во всех странах СНГ, а затем в КНР.

Е.К. Громова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Т.С. Николина** — канд. филол. наук

ОНЛАЙНОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Понятие «контент-маркетинг» появилось совсем недавно. За рубежом о нем массово начали говорить только в 2009 г. Контент является основой современного продвижения.

Контент-маркетинг — это маркетинговая технология создания и распространения востребованного контента для привлечения целевой аудитории [1]. Чтобы привлечь клиента и не терять его внимание, нужно завоевать их доверие.

Среди задач контент-маркетинга выделяют следующие:

- вывод на рынок нового товара, о котором еще ничего не знают;
- продажа технически сложных товаров, когда нужно «образовать» людей;
- построение имиджа в сети;
- управление репутацией в сети;
- снижение стоимости рекламы: снижение цены контакта, увеличение охвата;

- продажи на b2b-рынке, когда нужно поддерживать статус эксперта.

Виды используемого контента могут включать:

- статьи;
- новости;
- результаты исследований или социальных опросов;
- фотоотчеты;
- картинки или видео;
- инфографику;
- видеозаписи семинаров и вебинаров;
- видео-обзоры;
- подкасты;
- интервью любого формата.

Наиболее часто встречающимися каналами продвижения созданного контента являются:

- сайт компании или блог;
- социальные сети;
- E-mail рассылка;
- образовательные и развлекательные мероприятия, вебинары и конференции;
- тематические площадки: СМИ, форумы, блоги, порталы;
- инструкции и дополнительные к товарам материалы;
- печатные издания, книги [2].

Как запустить контент-маркетинг? Рассмотрим этот процесс на примере компании БелВТИ.

Шаг 1: понять проблему.

БелВТИ — компания, осуществляющая деятельность по следующим направлениям:

- переработка любых отходов электрического и электронного оборудования;
- переработка пластика от оборудования;
- сбор отходов сложной бытовой техники от населения [3].

Проблема: неосведомленность населения о правильном обращении с отходами электрического и электронного оборудования.

Решение: проинформировать и убедить население в необходимости правильной утилизации.

Инструмент: создание блога.

Шаг 2: ожидаемый результат.

- Охват широкой аудитории.
- Информативный контент.

Шаг 3: запуск.

Выбор площадки: блог на платформе WordPress.

Контент-план:

1. Новости

Как Brexit повлияет на окружающую среду и «зеленую политику» Великобритании?

ВОЗ: Загрязнение окружающей среды представляет более крупную угрозу, чем ВИЧ и Эбола.

Уровень радиации на Фукусиме достиг безопасного уровня.

2. Занимательные статьи

Ошибка ученых: популяция пингвинов на 3 миллиона больше, чем считалось ранее.

В Штутгарте покрытая мхом стена защищает от загрязнения воздуха.

3. Фото дня

4. Взгляд из народа

«Беларусь начинает идти по пути Германии. У нас хороший учитель». Минчане рассказывают об экологической грамотности.

5. Как это работает?

Что происходит с собранными батарейками? Рассказываем, как работает линия по переработке.

Литература

1. Что такое контент-маркетинг [Электронный ресурс] // Агентство интернет-маркетинга TexTerra. — Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/chto-takoe-kontent-marketing.html>. — Дата доступа: 03.04.2017.

2. Что такое контент маркетинг [Электронный ресурс] // ITKeys.org. — Режим доступа: <https://itkeys.org/what-is-content-marketing/data.html>. — Дата доступа: 03.04.2017.

3. История БелВТИ [Электронный ресурс] // ОАО БелВТИ. — Режим доступа: <http://www.belvti.com/rus/okompanii>. — Дата доступа: 03.04.2017.

Д.А. Королевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Т.Н. Николина** — канд. филол. наук

КУЛЬТУРНЫЕ И КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ г. МИНСКА

Научно-технический прогресс был и остается неувлимой силой истории, которая двигает целые цивилизации на посты мировых лидеров. В ядре НТП — креативность, следовательно, актуальность данного исследования определяется тем, что на данный момент развитие креативности в обществе представляет собой одно из перспективных направлений развития экономики.

Креативные пространства выступают в данном случае площадкой для развития креативного мышления личности, тем самым становясь одним из важнейших элементов процесса становления креативной экономики.

Следовательно, цель данной работы — охарактеризовать существующие креативные пространства города Минска и дать рекомендации по улучшению их представления в сети Интернет.

Анализируя труды таких ученых, как П. Лоуренц, Н.А. Горелов, М. Тринг, был сделан вывод, что всеми признанные законы развития производительных сил не имеют отношения к развитию креативности и ее роли в развитии государства. То, что по-настоящему имеет значение, называется, по словам Ч. Лэндри, «общественным климатом». Речь идет о том общественном климате, который вызывает пытливость ума, склонность к риску, неконформизм, желание развиваться и развивать.

Креативные пространства — это публично доступные места города, где люди могут свободно самовыражаться, обмениваться идеями, демонстрировать другим результаты своего творчества и коммуницировать с другими не в роли потребителя товаров или работника компании, а в роли создателя, разработчика, творца уникального продукта своей личности. Это многофункциональная площадка, позволяющая аккумулировать на своей территории разнообразные культурные, бизнес-, образовательные, релакс- и рабочие площадки, культивируя многообразие коммуникативных практик и культурных паттернов.

В Минске функционируют несколько креативных пространств, среди которых самыми популярными в сети Интернет являются (на основании данных Wordstat Yandex): «ЦЭХ» (266 запросов); «Imaguru» (227 запросов); «Кто такой Джон Голт» (135 запросов); «Balki Project» (22 запроса).

Основная цель их существования сводится к трем основным пунктам: а) рабочее место; б) образовательный центр; в) площадка для развлечений. Вместе с тем при детальном рассмотрении сайтов креативных пространств Минска было выявлено явное несоответствие изначальных целей открытия данных организаций информации, размещенной на Интернет-страницах. Следовательно, были предложены следующие

меры по оптимизации контента на сайтах креативных пространств г. Минска, а также на страницах в социальных сетях:

- использовать SEO — продвижение сайтов;
- пересмотреть центральные акценты на сайте с использованием «метода F» и добавить раздел «О нас»;
- правильно распределить пространство экранов на сайтах;
- адаптировать сайты под мобильные устройства;
- размещать большее количество живых фотографий с мероприятий на страницах в социальных сетях;
- вести живое общение с подписчиками вместо постоянных репостов записей из других сообществ в социальных сетях;
- увеличить количество полезного контента в виде частей, цитат, вырезок из выступлений спикеров пространств.

Литература

1. *Княгинин, В. Н.* Креативная индустрия, трансформирующая пространство города / В. Н. Княгинин // Креативная экономика и городское развитие : сб. ст. / ЦСИ «Винзавод». — М., 2009. — 12 с.
2. *Флорида, Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. — М. : Классика-XXI, 2005. — 430 с.
3. *Горелов, Н. А.* Антикризисное управление человеческими ресурсами : учеб. пособие / Н. А. Горелов. — СПб. : Питер, 2010. — 432 с.
4. *Лэндри, Ч.* Креативный город / Ч. Лэндри. — М. : Классика-XXI, 2011. — 399 с.

Н.Ю. Максименко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Т.С. Николина** — канд. филолог. наук

ВЛИЯНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Туризм в современном мире стремительно развивается и становится одним из инструментов продвижения страны на мировой арене. По данным Всемирной туристической организации ООН (ЮНВТО) мировой поток туристов в 2016 г. увеличился и составил 1,235 млрд чел. [1].

Неотъемлемым показателем туристической индустрии является туристическая привлекательность. Для экономики страны она служит началом формирования инвестиционной привлекательности, что впоследствии позволяет распределять финансовые ресурсы в смежные отрасли. Высокий уровень туристической привлекательности уменьшает проблемы занятости населения. По статистическим данным ЮНВТО, каждое пятнадцатое рабочее место в мире сегодня дает туристическая отрасль [1]. Для Республики Беларусь развитие туризма и увеличение его доли в ВВП все еще остается актуальной проблемой экономики.

ИМПЛИЦИТНОСТЬ УБЕЖДЕНИЯ В АНГЛИЙСКОЙ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЕ

В 2015 г. был опубликован рейтинг стран по индексу конкурентоспособности путешествий и туризма, в который Беларусь не попала [2]. По сравнению с лидерами рейтинга, Испанией и Францией, слабой стороной Беларуси является политика государства, монополия авиасообщения, нехватка объектов размещения среднего ценового сегмента, а также отсутствие единой концепции позиционирования нашей страны.

Для решения этих проблем была принята Государственная программа развития туризма на 2016–2020 годы. В ее рамках уже были предприняты шаги для увеличения туристической привлекательности. 9 января 2017 г. А. Лукашенко подписал указ об установлении пятидневного безвизового режима для граждан из 80 стран. Также был выпущен новый промо-ролик о Беларуси.

Данной программой были также определены основные направления развития туризма. Приоритетным является развитие событийного туризма. Это эффективный инструмент для воздействия на туристическую привлекательность, позволяющий использовать событие для популяризации определенной территории и привлечения потребителей, которые не находят туристическое место, достаточно привлекательным, чтобы посетить его без повода.

Перспективным направлением для Беларуси является спортивный событийный туризм, так как белорусы позиционируют себя как спортивную нацию, в нашей стране достаточно спортивных объектов мирового уровня, а также имеется опыт проведения спортивных состязаний, например, ЧМ-2014 по хоккею. Одной из главных целей Чемпионата было привлечение туристов в Беларусь, однако по завершению мероприятия стало понятно, что туристический поток не увеличился.

В 2019 г. в Беларуси пройдут вторые Европейские игры — самое массовое спортивное событие для нашей страны. Это еще одна возможность использовать спортивное событие для продвижения Беларуси как туристического направления. Используя опыт ЧМ-2014, внимание необходимо уделить следующим актуальным проблемам: информированию и продвижению в интернете, долгосрочному планированию, развитию инфраструктуры, а также вопросам о безвизовом режиме.

Литература

1. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, Advance release January 2017, volume 15 [Electronic resource] // UNWTO/ 2017. — Mode of access: <http://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng>. — Date of access: 25.03.2017.

2. Рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма в 2015 году [Электронный ресурс] // Гуманитарные технологии. Информационно-аналитический портал. — Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2015/05/07/7152>. — Дата доступа: 01.04.2017.

В современном мире искусство убеждения играет важную роль при построении коммуникации представителей различных культур. Особое значение убеждение имеет для делового письменного общения. Эффективность убеждения обуславливается множеством факторов, поэтому оно представляет собой комплексный процесс. Способы убеждения, рассчитанные на одних, являются абсолютно непригодными для других. В этой связи представляется актуальным дальнейшее изучение средств убеждения в соотнесении с многообразными факторами на материале текстов, относящихся к различным жанрам и использующихся в контексте взаимодействия разных культур.

Объектом нашего исследования являются англоязычные рекламные письма, представляющие особый интерес, ведь реклама — одна из наиболее подходящих областей для поиска примеров убеждения.

Предмет исследования составляют имплицитные приемы убеждения в англоязычной деловой письменной коммуникации.

Основным методом анализа является прагматический анализ.

Под убеждением понимается преимущественно интеллектуальное психологическое воздействие, основанное на передаче логически выстроенной информации и ставящее целью добровольное ее принятие в качестве побудительного мотива деятельности.

Имплицитность — часть информации, которая прямо не выражена в тексте, но так или иначе извлекается из его содержания. Имплицитные способы убеждения считаются особенно действенными. Их выявление и описание средств их выражения в англоязычных рекламных письмах является целью нашего исследования.

Достичь убеждения можно двумя способами: апеллируя логикой либо эмоциями. Имплицитное убеждение достигается главным образом путем апеллирования эмоциями.

В качестве аргументов, которые апеллируют эмоциями и таким образом обеспечивают психологическое удовлетворение, можно выделить доводы к личности и публике, доводы к состраданию, доводы к авторитету, а также аргументы, направленные на позитивные ожидания, как, например, в следующих фрагментах рекламных писем:

“If any of you purchases a product from us you will get 100 points for a single purchase. These points are redeemable and you can use them to buy products from us at no extra cost (terms and conditions apply)...”

“Take the benefits of this opportunity which is exclusive for you and not for everyone...”

На протяжении многих лет эксперты в области убеждения занимались разработкой моделей для направленных на него сообщений. К одной из наиболее значимых таких моделей можно отнести модель AIDA (Attention (внимание) — Interest (интерес) — Desire (желание) — Action (действие)), направленную на привлечение внимания, пробуждение интереса адресата и, в конечном счете, убеждение в необходимости совершить определенные действия.

Приведенные выше примеры анализа подтверждают, что имплицитность убеждения достигается путем апеллирования к эмоциям и является характерной для англосаксонской культуры, в основе которой такие ценности, как индивидуализм, самообладание и личная автономия.

A. Nenadovets

BSEU (Minsk)

Scientific adviser T. Nikolina — Ph.D.

EVENT-MANAGEMENT AND OPTIMIZATION TOOLS IN SOCIO-CULTURAL FIELD IN MINSK

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ И ИНСТРУМЕНТЫ ОПТИМИЗАЦИИ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ г. МИНСКА

В работе представлены исследования процесса event-менеджмента в социально-культурной сфере г. Минска на примере выставок и ярмарок, этапы организации, проанализированы типичные ошибки и предложены пути их решения. Некоторые из инструментов оптимизации были применены на практике, а именно улучшение условий безопасности и регистрация с помощью электронных билетов.

The process of globalization undoubtedly contributes to all spheres of human activity. The markets almost all over the world are open to partners from other countries. The Belarusian market is at the stage of development in the field of event-management and it becomes more attractive for investors and business partners, but it also has its own distinctive features. The relevance of this paper consists in describing the peculiarities of event-management in Belarus and counseling some tips to develop it to perfection. Attention to the fast-growing and changing world, both in society and in business will enable people to anticipate how partners will respond to proposals. Moreover, people will have an opportunity to some extent predict the attitude towards them.

The purposes of this paper are to reveal the distinctive features of Belarusian event-management in socio-cultural field on the example of trade shows and to develop recommendations and optimization tools for managers for productive cooperation and avoiding typical mistakes.

The tasks of this paper are to study theoretical bases of event-management, to analyze the data obtained during the research and to provide full information on optimization tools, offer some ideas of competitive organization of events.

International Specialized Exhibitions WATER & HEAT, EDUCATION AND CAREER, HoReCa RetailTech were taken as examples. In the course of the study were considered in details main distinctive features of Belarusian event-management and revealed some issues in holding trade shows. Finding an amazing event idea, a marketing research process, a budgeting, permits, licenses, event production, venue location, risk assessments, site survey and site design, health and safety aspects were characterized. Several quizzes showed the necessity in finding new special equipment, new partners and sponsors. The ideas how to optimize the holding of trade shows, such as improving safety conditions and electronic registration, were implemented in practice. During the application of the proposals, the quality of the exhibitions was improved. The work at the reception was accelerated and optimized.

Area of practical application: lectures, seminar meetings, courses on training of specialists in the sphere of small scale business.

In conclusion it should be noted that this report possesses great importance for people who want to be engaged in field of event-management in Belarus or enter partnership with foreign colleagues. Practical knowledge of the basic rules of event-management of trade shows will minimize failures; give managers in the field of events the necessary understanding, which will help to overcome past difficulties in communication with sponsors, customers and target audience.

Литература

1. Event-менеджмент / У. Хальцбаур [и др.]. — М. : ЭКСМО, 2007. — 382 с.
2. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти. — СПб. : Питер, 2001. — 571 с.

P. Palubinski
BSEU (Minsk)

Scientific adviser **N. Mogilenskikh** — Ph.D.

**INTEGRATED COMMUNICATIONS
IN THE EVENT MANAGEMENT
OF INTERNATIONAL EXHIBITIONS**

**ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В СОБЫТИЙНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЫСТАВОК**

В работе представлены результаты исследования интегрированных коммуникаций в событийном менеджменте международных выставок; выделены ошибки, допущенные менеджерами Унитарного предприятия «Бел-интерэкспо» БелТПП в процессе организации и проведения международных выставочных мероприятий; предложены способы их решения.

It's undeniable that the international exhibitions are a powerful tool for promoting the image of the Republic of Belarus abroad and boosting its competitiveness on the international market. The international exhibitions require thorough planning and effective execution to ensure participants, visitors and guests derive the maximum possible advantages from the exhibition [1, p. 363].

The object of the research is the theory of integrated communications in the exhibition activities.

The subject of the research is the integrated communications in the event management of the international exhibitions of the Exhibition Unitary Enterprise “Belinterexpo” of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry (BelCCI).

The objective of the research is to identify the mistakes in implementation of the integrated communications theory in the event management of the international exhibitions by the Unitary Enterprise “Belinterexpo” of BelCCI; and provide the solutions to correct them.

The results of case analysis can be summarized in the Table.

Integrated Communications in the Event Management of International Exhibitions by the Unitary Enterprise “Belinterexpo” of BelCCI: Mistakes and Solutions

Mistakes	Solutions
1	2
1. Lengthy meetings without results	Work out clear agenda of a meeting. Set time limits of a meeting
2. No clear division of project managers' responsibilities	Delegate responsibilities among the employees without their overlapping

Ending

1	2
3. Vague event ideas (event concepts)	Formulate the ideas of events (international exhibitions and conferences) clearly
4. Vague formulation of events target audience	Conduct marketing research. Formulate the target audience of events clearly
5. No Customer Relationship Management (CRM) system	Install a CRM system
6. No special service for e-mail distribution	Install a special service for email distribution (e.g. MailChimp)
7. No special service for the managers of the enterprise to edit documents simultaneously	Use Google Docs to create and edit documents simultaneously
8. “This site may be hacked”	Modify the website or create a new one
9. The enterprise's website has no English version	Create the English version of the website
10. The reasons for the event failure are not analysed	Conduct failure analysis

The perspective of the research is to create a handbook on the implementation of the theory of integrated communications in the event management of international exhibitions.

Литература

1. *Palubinski, P.* Event Management of the International Exhibitions (Case Study of the Exhibition «HousEexpo-2016») / P. Palubinski // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. студентов, Минск, 13–14 апр. 2016 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г. А. Короленок (гл. ред.) [и др.]. — Минск : БГЭУ, 2016. — С. 362–364.

А.В. Прокопчик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **Е.А. Бондарик** — канд. филол. наук

КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО АКТА «ПРОСЬБА» В АНГЛИЙСКОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В повседневном межличностном и межкультурном общении мы часто сталкиваемся с речевым актом «просьба». Речевой акт «просьба» является побудительным речевым актом, относящимся к разряду реквестивов класса директивных речевых актов в типологии речевых актов Джона Серля [1] и предполагающим совершение слушающим действия в интересах говорящего. При этом исполнитель действия обладает «прагматической опцией», т.е. свободой выбора: совершать это действие или нет. Вместе с тем просьба может становиться причиной возникновения конфликтов в ситуациях с неравными ролями коммуникантов или в случаях, когда она является невыполнимой или слишком обременительной для адресата. Целью исследования является выявление и описание коммуникативных особенностей использования и выражения речевого акта «просьба» в английской деловой коммуникации.

Материалом исследования послужили пособия по деловому английскому языку «Market Leader» (уровни: Upper-Intermediate и Advanced). Методом сплошной выборки было отобрано 40 ситуаций, в которых было проанализировано 61 высказывание с речевым актом «просьба» в контексте делового общения в английском языке.

В ходе исследования на основании работы Т. Лариной [2] и изученного нами материала были выделены три способа выражения речевого акта «просьба»:

1) прямой/эксплицитный способ, представленный императивными и декларативными высказываниями;

2) косвенный/имплицитный способ, включающий вопросительные высказывания с модальными глаголами (субъектно ориентированные, объектно ориентированные, вопросительные конструкции с местоимением we), а также развернутые высказывания [2];

3) смешанный способ, предполагающий использование эксплицитных просьб наряду с имплицитными, вопросительных объектно ориентированных высказываний наряду с субъектно ориентированными в пределах одной коммуникативной ситуации.

На основании изученного материала мы пришли к выводу, что косвенный способ выражения просьбы чаще используется в ситуациях английской деловой коммуникации (52 % — 32 примера), что подтверждает тот факт, что автономия личности в британской культуре является важнейшей ценностью. Вместе с тем высок и процент примеров с прямым способом выражения просьбы (48 %, т.е. 29 высказываний). В этом случае определяющую роль играет контекст общения.

Кроме того, в результате исследования были выявлены и другие случаи употребления речевого акта «просьба» в английской деловой коммуникации (см. таблицу).

Использование речевого акта «просьба» в английской деловой коммуникации

Эксплицитный способ	Имплицитный способ
Между людьми с равным статусом Между людьми с разным статусом При интервьюировании (редко)	Между сотрудниками разных компаний Между коллегами по офису При интервьюировании Между партнерами по бизнесу Между сотрудником компании и клиентом
Смешанный способ	
Когда собеседники лучше узнают друг друга Когда использование определенного способа выгодно для коммуникантов	

Таким образом, мы выявили и описали коммуникативные особенности использования речевого акта «просьба» в английской деловой коммуникации.

Литература

1. Серль, Дж. Р. Что такое речевой акт? / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике : сб. ст. / сост. и вступ. ст.: И. М. Кобозевой, В. З. Демьянкова ; под общ. ред. Б. Ю. Городецкого. — М., 1986. — Вып. 17: Теория речевых актов. — С. 151–169.

2. Ларина, Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации / Т. В. Ларина. — М. : Языки славянских культур, 2009. — 260 с.

А.А. Раткевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **И.И. Ковалевская** — канд. филол. наук

КАТЕГОРИЯ ДИСТАНЦИИ В АНГЛИЙСКОЙ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЕ

Актуальность данной работы обусловлена возрастанием роли межкультурной деловой коммуникации ввиду расширения границ международного сотрудничества, а также относительно малой изученностью категории дистанции, играющей важную роль при его организации.

Объектом нашего исследования является категория дистанции в англоязычной деловой переписке.

Предмет исследования составляют способы выражения категории дистанции в англоязычной деловой коммуникации.

В качестве основного метода используется прагмалингвистический анализ.

Категория дистанции — это лингвопрагматическая категория, основанная на принципе невмешательства и ориентированная на компенсацию стремления к свободе действия, самоопределение и сохранение дистанционности, предполагает высокую степень косвенности: смягчение просьб и вопросов, извинения, уклонение от прямого ответа, намеки, и пр., обуславливается культурной принадлежностью.

Английский стиль коммуникации специалисты характеризуют как лично ориентированный, что связано с ожиданием демонстрации уважения к личности и фиксируется в таких параметрах коммуникации, как соблюдение социальной дистанции, низкий индекс власти, предупредительность и вежливость. В речевой практике английский стиль коммуникации проявляется в неимпозитивности, виртуозном владении приемами позитивного и негативного дистанцирования, а также сценариями этикетного поведения.

В англоязычном социуме существуют свои способы выражения категории дистанции, обусловленные особенностями культуры.

Неимпозитивность часто достигается путем использования следующих лексических средств:

- вводные слова и предложения со значением сомнения предположительности типа *I think, I guess, I suppose, maybe, probably, perhaps* и др., снижающие категоричность оценок и суждений, например: *I suppose, you could cover the production costs ...* ;

- эмоционально-экспрессивная лексика, например: *Would you kindly let us know your conditions. And would you send us your quotation for spring clothing and terms of delivery;*

- этикетные формулы, например формулы извинения. Принося извинение, мы признаем факт вторжения в запретную зону, зону независимости собеседника, и выражаем сожаление по этому поводу, например: *Please, accept my apologies for long delay in reply.*

Распространенными грамматическими средствами снижения категоричности в англоязычной переписке считаются:

- вопросы с модальными глаголами, например: *Could you possibly send us similar literature from your agency (please)?* Использование данных языковых средств помогает избежать прямого волеизъявления отправителя, передать его в косвенной форме; выразить неуверенность в возможности осуществления названного действия;

- глаголы в сослагательном наклонении, например: *We would be extremely grateful to receive your proposals to our e-mail.* Выражая сомнение в возможности совершения действия со стороны говорящего, формы сослагательного наклонения снижают прямолинейность высказывания;

- пассивный залог, например: *You are cordially invited to a formal dinner in honor of Samuel Whitters...*, позволяет представить ожидаемое от адресата действие не как его обязанность, а как общепринятое правило.

Таким образом, приведенные языковые средства являются маркерами дистанцирования, благодаря которым адресант избегает прямого давления на адресата.

ЛИНГВО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПАНОЯЗЫЧНОГО ПУТЕВОДИТЕЛЯ

Несмотря на то что с каждым годом увеличивается число работ, посвященных туристическому дискурсу в целом, изучению путеводителя, его лингвистических особенностей уделяется мало внимания. Этим и обусловлена актуальность данного исследования.

Цель данной работы состоит в том, чтобы определить особенности испаноязычных путеводителей на языковом и прагматическом уровнях.

Для реализации целей были поставлены следующие задачи:

1) проанализировать тексты испаноязычных путеводителей;

2) определить коммуникативные стратегии и тактики, которые применяются в текстах испаноязычных путеводителей;

3) проанализировать языковые средства выразительности, которые используются для реализации коммуникативных стратегий, делая основной упор на стилистические приемы.

Материалом для исследования послужили тексты 15 испаноязычных путеводителей по Испании, а также по следующим латиноамериканским странам: Венесуэла, Перу, Чили, Аргентина, Колумбия, Мексика, Эквадор и др.

В ходе исследования мы пришли к следующим выводам.

1. Прагматический анализ текстов испаноязычных путеводителей показал, что основной стратегией является стратегия убеждения туриста. В ее основе лежит установка адресанта убедить потенциального туриста обратить внимание на конкретную страну, город либо туристический объект: музей, отель, ресторан и др. Данная стратегия реализуется при помощи следующих тактик:

- Тактика «Ориентация туриста на популярность туристического объекта».

Примеры: “...y la Granada que hoy da la bienvenida a cientos de miles de visitantes cada año...”, “...en la actualidad constituye uno de los destinos preferidos por numerosos turistas...”, “Varadero es un lugar visitado por muchos turistas...”.

- Тактика «Подкуп туриста».

Примеры: “Quito le ofrece los sabores más exóticos de planeta”, “...Allí se puede degustar uno de los mejores daikiris del mundo...”.

- Тактика «Апелляции к чувствам адресата», призыва к действию.

Примеры: “¡Experimenta Quito, vive el placer en la Mitad del Mundo!”, “...Despierte sus sentidos y goce plenamente de un verdadero paraíso de biodiversidad...”.

2. Лингвистический анализ текстов испаноязычных путеводителей показал, что в текстах испаноязычных путеводителей используются следующие стилистические средства:

- эпитеты: “*una fascinante ciudad*”, “*templos suntuosos*”, “*exquisita cerámica*”, “*una majestuosa ciudad*”, “*vertiginosas montañas*”;
- метафоры: “*Sobre la piel del desierto y en medio de los valles se levantan pirámides sagradas*”, “*Una ciudad envuelta aún por un velo de misterio*”;
- олицетворение: “*antiguo barrio colonial que invita al romanticismo, la nostalgia y la bohemia*”, “*Quito brilla en el mundo y cada día recibe más visitantes que quieren conocerla*”;
- перифраз: “*Toda Granada conserva el espíritu del gran poeta local asesinado en la Guerra Civil*”, “*Nadie olvida la primera vez que vio el palacio árabe más espectacular y famoso del mundo*”;
- сравнения: “*...la ciudad es como una gigante vitrina de bellísimas artesanías*”, “*...este lugar es como un verdadero oasis dentro la ciudad...*”.

В заключение хотелось бы еще раз отметить, что тема путеводителей на базе испанского языка не является достаточно исследованной с точки зрения лингвистики и прагматики, поэтому важно изучить особенности испаноязычных путеводителей на разных языковых уровнях: лексическом, грамматическом, стилистическом.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ	3
<i>Бесман А.Л.</i> Дискриминация на рынке труда	3
<i>Бобко В.А., Фириш И.В.</i> Иностраннные инвестиции в Республике Беларусь	5
<i>Бутрим А.С.</i> Экономические преступления в Республике Беларусь	6
<i>Волкова Д.А.</i> Демографические аспекты развития человеческого потенциала	8
<i>Грузд М.Ю.</i> Инновационная экономика и проблемы ее формирования в Беларуси	9
<i>Ефимович А.С.</i> Страховой рынок Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития	11
<i>Жудрик А.А.</i> Как распространение вегетарианства изменит мировую экономику?	12
<i>Занько Е.С., Рублевская Д.В.</i> Перспективы развития информационной экономики в Республике Беларусь	14
<i>Иванчик Д.А.</i> Вклад малого и среднего предпринимательства в развитие экономики Республики Беларусь	15
<i>Ключников Е.А.</i> Малый бизнес и его развитие в Республике Беларусь	17
<i>Кончевская Н.Н.</i> Внешние эффекты и актуальность развития «зеленой» экономики	18
<i>Луцкий В.М., Николайчик А.П.</i> Проблемы и перспективы развития рынка недвижимости в Республике Беларусь	20
<i>Моховикова Д.И., Ковшер Е.Н.</i> Платить чаевые или нет?	21
<i>Урбанайт А.В.</i> Внешние эффекты и загрязнение окружающей среды	23
<i>Федоринчик Е.В.</i> Влияние институционального окружения на экономический рост стран	24
<i>Шаграй П.С.</i> Антимонопольное регулирование в Республике Беларусь	26
Секция 2. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	28
<i>Kamati J.</i> SACU: Namibia losses and gains	28
<i>Беляев Г.В., Грабовец Н.А.</i> Малые предприятия в инновационной деятельности	29
<i>Буквальная Е.А., Шишко В.В.</i> Реализация инвестиционных проектов международными финансовыми организациями	31

<i>Бутанова В.М.</i> Рынок ценных бумаг в Беларуси: реальность и тенденции развития	33
<i>Ван Байцзюнь.</i> Исследование причин успеха инновационного развития экономики Китая	34
<i>Грицкевич А.А., Воронина А.А.</i> Связанные кредиты Китая: особенности, преимущества, последствия	36
<i>Дереченик Е.А.</i> Интенсификация белорусско-европейского партнерства в сфере внешней торговли	37
<i>Дубовцова А.С.</i> Уровень развития человеческого потенциала в Республике Беларусь	39
<i>Козлова Е.В., Конецкий В.А.</i> Трансфертное ценообразование: Apple раздора	40
<i>Крупейченко А.Д., Лисицкая Л.И.</i> Криптовалюта и блокчейн-технологии	41
<i>Леонов С.И.</i> Современные тенденции экспорта вооружений и военной техники	43
<i>Моклый Д.А.</i> Моделирование валютного курса в Республике Беларусь	44
<i>Ристолайнен М.В.</i> Импортозамещение в России: ожидание и реальность	46
<i>Свиштунова Е.В.</i> Инфляция в Республике Беларусь	48
<i>Фантаз Е.А., Ляшкевич В.Д.</i> Доступ на рынки богатых стран: двойные стандарты и нечестные правила	50
<i>Шашуро А.М.</i> Внешний долг: так ли это страшно?	52
Секция 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА	54
<i>Агафонов П., Малышко А.В.</i> Налог за владение собаками: зарубежный опыт и отечественная практика	54
<i>Баранова В.Н.</i> Современная инвестиционная политика Республики Беларусь и направления ее совершенствования	55
<i>Болтуть Г.С.</i> Особенности взаимодействия Республики Беларусь и международных кредитно-финансовых организаций	57
<i>Бурова Ю.Н.</i> Экологический налог как способ интернализации внешних эффектов	59
<i>Ванкович В.А.</i> Экономический патернализм как средство совершенствования налоговой системы	61
<i>Ванкович В.А., Лавриянец М.Е.</i> Страхование от безработицы в Республике Беларусь: проблемы и перспективы развития	62
<i>Винцкевич А.П.</i> Источники финансирования инновационной деятельности в Республике Беларусь	64

<i>Ганич А.В.</i> Страхование экспортных рисков с поддержкой государства и перспективы его развития в Республике Беларусь	65
<i>Гардевич Т.А.</i> Страхование средств автотранспорта и его развитие в Республике Беларусь	67
<i>Гинько Н.И., Радивоник А.Н.</i> Бюджетирование, ориентированное на результат, в Республике Беларусь	68
<i>Готто Я.В., Павлова Е.А.</i> Проблемы реализации и основные направления совершенствования денежно-кредитной политики Республики Беларусь	71
<i>Зиятдинова А.Т.</i> Налог на электронные услуги: проблемы и перспективы развития в Республике Беларусь	73
<i>Зубок А.А.</i> Экономические и социальные аспекты льготного режима налогообложения на примере Парка высоких технологий в Республике Беларусь	74
<i>Ильюкевич А.Н., Саланович Ю.В.</i> Особенности налогообложения ремесленников в Республике Беларусь: проблемы и пути их решения	76
<i>Качан А.О., Радивоник А.Н.</i> Состояние и проблемы финансирования стартапов в Республике Беларусь	77
<i>Кунаш Е.А.</i> Государственная пошлина на допуск к участию в дорожном движении: варианты трансформации	79
<i>Минин К.О., Скачко К.Ю.</i> Финансовые аспекты четвертой промышленной революции: перспективы и реалии для Республики Беларусь	80
<i>Пецевич А.В., Шкленская О.А.</i> Проблемы и перспективы привлечения иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь	82
<i>Поплавная О.А.</i> Совершенствование казначейской системы исполнения бюджета в Республике Беларусь	84
<i>Рыбаченок Л.С.</i> Применение метода Balanced Scorecard в налоговой политике Республики Беларусь	85
<i>Рыхтер Е.С., Шелег Е.Д.</i> Рынок ценных бумаг Республики Беларусь: проблемы и направления развития	87
<i>Смирнов Н.А.</i> Налогообложение электронной коммерции	88
<i>Смирнов Н.А., Климович А.И.</i> Анализ достаточности природоохранных расходов Республики Беларусь в современных условиях	91
<i>Уласевич А.К.</i> Мировой финансовый кризис: причины возникновения и направления преодоления	92
<i>Ходков О.В.</i> Развитие инвестиционной деятельности страховых организаций Республики Беларусь	94
<i>Шарко И.А.</i> Методика страхования сельскохозяйственных рисков на основе индекса урожайности	96

Секция 4. ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ 98

Александрова А.С., Севко Е.А. Технология блокчейн и перспективы ее применения в финансовой сфере 98

Белова Г.С. Лизинговые операции, их роль и развитие в Республике Беларусь 99

Берзинь С.Б., Лавринович Я.К. Формирование инвестиционного портфеля с заданной доходностью 101

Болдовская Л.К., Корнеев А.А. Внедрение и перспективы развития банковского Форекса в Республике Беларусь 102

Борщева А.А. Аутсорсинг кассово-инкассаторских услуг банков Республики Беларусь 104

Долгачева В.А., Топоркова В.А. Развитие структурированных инвестиционных продуктов как инструментов сбережений 105

Зыкина А.В., Гайдукевич Т.В. Проблемные активы в банковской сфере 107

Каминская В.И., Милош Д.В. Состояние и направления развития рынка электронных денег в Республике Беларусь 109

Кичкайло А.А., Дамарад К.Б. Дата-центры: состояние и перспективы развития в Республике Беларусь 111

Климович А.И., Смирнов Н.А. Инновации в банковской сфере 112

Костюк Я.С., Пастарнак К.Г. Блокчейн в банковской сфере: проблемы и перспективы развития в Республике Беларусь 114

Малышко А.В., Шенец Е.Ф. Проблемы развития краудфандинга как перспективной технологии кредитования стартапов 115

Метез А.А., Невидович Д.Е. Перспективы использования криптовалют в системах национальных расчетов 117

Павец Е.А. Перспективы развития систем дистанционного банковского обслуживания в Республике Беларусь 119

Пстыга А.Г., Сездина П.А. Средства поддержки принятия решений в лизинговой деятельности 120

Сидорович К.Ю. Анализ динамики показателей финансовых результатов банков Республики Беларусь 122

Чернявская Е.А. Проблемы функционирования валютной системы Республики Беларусь на современном этапе 124

Шенец И.С. Блокчейн: раздутые ожидания или технология будущего? 125

Секция 5. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (ПО ОТРАСЛЯМ) 128

Андреевкова Д.В. Вложения в долгосрочные активы: расширение и структуризация субсчетов 128

Антонова А.С., Лазаревич О.В. Рекламный ролик и его трансляция: особенности бухгалтерского учета 130

Белоусова Е.Э. Развитие сегментарного учета экспортной деятельности предприятия 131

Гринюк В.Г. Состояние и развитие бухгалтерского учета НЗП в контексте гармонизации учетной системы Республики Беларусь с МСФО 133

Ёдчик К.А. Методические основы качества прибыли 135

Каткович К.Д., Кислюк А.В. Современное состояние учета расчетов с поставщиками и подрядчиками и направления развития 137

Кищич М.И., Максимович А.А. Учет затрат на производство велосипеда 138

Клундук Е.С. Особенности определения фонда заработной платы для составления отчетности 140

Коцарева В.И., Костюкевич С.В. Оценка целесообразности перехода на упрощенную систему налогообложения 142

Кривецкая Н.В. Актуальные вопросы бухгалтерского учета расходов на реализацию и расходов на управление 143

Лебедева А.В. Классификационная модель венчурной деятельности 145

Ловчая Д.М. Проблемы учета электронных денег в Республике Беларусь 147

Мицура Т.В. Концепции амортизации основных средств и их развитие 148

Паньков П.И. Применение опыта МСФО по учету деривативов в Республике Беларусь 150

Романчук Л.А. Мировой опыт учета основных средств 152

Терешонок А.А. Балансоведение — основное направление в счетоводстве 154

Секция 6. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СТАТИСТИКИ 156

Бельский А.Б. Статистическое изучение региональной дифференциации доходов населения 156

Жарская В.В. Анализ сезонности младенческой смертности в Республике Беларусь 157

Кишкович А.В. Статистическое исследование финансовых результатов коммерческих банков Республики Беларусь 160

Ковалев А.А. Демографическая ситуация в Украине 161

Макуцевич Я.Д. Статистическое изучение товарно-географической структуры внешней торговли Республики Беларусь 163

<i>Милковская А.А.</i> Статистическое изучение рождаемости в Республике Беларусь	166
<i>Цагойко А.А.</i> Статистическое изучение сезонной цикличности показателей ВВП и ВДС сферы производства товаров	168
Секция 7. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ	170
<i>Антоненко Н.Д., Прокофьева А.Ю.</i> Возможности использования SMM в B2B	170
<i>Беляк Е.В., Малаш В.И.</i> Продвижение образовательных услуг ...	172
<i>Бондаренко А.А., Радовская А.В.</i> Роль маркетинговой концепции в управлении деятельностью белорусского предприятия	173
<i>Бруштунова П.В., Данивко Д.А.</i> Использование геймификации в маркетинге	174
<i>Вышинская Д.Ю.</i> Повышение эффективности деятельности предприятия на основе принципов маркетинга (на примере ООО «Дира») ...	176
<i>Гулько Д.Г.</i> Проблемы развития туризма в Республике Беларусь ...	178
<i>Дашко А.Ю.</i> Социально-этичный маркетинг Беларуси и стран Запада	180
<i>Евсевичкая И.Ю.</i> Выведение нового продукта через краудфандинговую площадку Ulej.by	181
<i>Ермолинская Я.С., Зенович Е.И.</i> 3D-принтер: логистика без логистиков?	183
<i>Зеленкова А.Д., Костюкевич Е.О.</i> White paper как один из эффективных инструментов на рынке B2B	184
<i>Коринчук А.И., Зенкевич В.В.</i> Территориальный маркетинг как средство привлечения инвестиций в экономику Республики Беларусь	186
<i>Костюкевич Е.О., Шамрай Е.В.</i> Сервис как конкурентное преимущество. Гостиничные услуги в Беларуси в сравнении с другими странами	187
<i>Костюкович С.П., Вечорко А.Н.</i> Применение технологии кросс-докинга в логистике	189
<i>Курецкая В.И., Щит Е.С.</i> Логистика международных поставок Волковысского ОАО «Беллакт»	190
<i>Кухарчик Д.А., Нехвядович Д.Г.</i> Маркетинговые коммуникации на рынке	192
<i>Куцкевич К.К., Точицкая А.А.</i> Конкурентоспособность белорусских производителей декоративной косметики	193
<i>Леонова А.А., Толокняник В.В.</i> Совместные формы финансирования как инструмент маркетинга	194

<i>Лешкевич Т.А.</i> Логистический подход к организации совместных закупок в малом и среднем бизнесе	196
<i>Маслова А.Е., Зуева М.С.</i> Логистика запасов в ОАО «Беларусь-резинотехника» и пути ее совершенствования	197
<i>Пекарь О.Н., Анкудович А.А.</i> Современные технологии в маркетинговых исследованиях	199
<i>Потоцкая Д.А.</i> УЦП в индустрии моды	201
<i>Пресняцкая А.Ю.</i> Инновационные инструменты стимулирования сбыта	202
<i>Солтан Е.В., Ефремова О.А.</i> Краудфандинг в Беларуси	204
<i>Сушко М.В.</i> Открытие интернет-магазина — конкурентное преимущество «Марко»	206
<i>Чуб Е.В.</i> Маркетинговая деятельность в сети Интернет	207
Секция 8. ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	209
<i>Беликова А.В.</i> Направления повышения эффективности овощеводства защищенного грунта на предприятии	209
<i>Битус А.И.</i> Современные методы оценки персонала и их стратегия	210
<i>Богомольцев В.А.</i> Модель роста производительности труда	213
<i>Василенко Е.Ю.</i> Повышение эффективности СООО «АлюминТехно» по экономической добавленной стоимости за счет усиления конкурентных позиций на рынке Западной Европы	214
<i>Волчек Е.А.</i> Технологические аспекты повышения эффективности производства молока	216
<i>Глушанина Д.А., Куделко Е.В.</i> Анализ конкурентоспособности ЗАО «Калинка»	218
<i>Грузд Н.М.</i> Выбор и реализация стратегии предприятия (на примере ОАО «Пинский мясокомбинат»)	220
<i>Детликович А.А., Загорская А.С.</i> Инновационные упаковочные материалы продуктов питания	222
<i>Довнар В.В., Довнар Е.В.</i> Анализ закупочной деятельности ГП «Аква-Минск»	223
<i>Донских И.С.</i> Управление рисками проекта	224
<i>Ефимович М.А.</i> Нематериальное стимулирование персонала как эффективный метод управления	226
<i>Карабань А.А.</i> Современные тенденции развития экспорта продовольственных товаров Беларуси	228
<i>Кирдун Е.Н., Худина Е.М.</i> Когда необходимо проводить кадровую диагностику (на примере СЗАО «Отико»)	229

<i>Круковская В.В.</i> Управление товарными запасами в торговле с использованием математических моделей	232
<i>Либерт А.В., Козлов А.С.</i> Пути повышения стрессоустойчивости персонала	233
<i>Мартос Т.В.</i> Эффективность использования тайм-менеджмента	235
<i>Матвейчук Д.Н., Михно Н.Ю.</i> Перспективы развития малого предпринимательства в энергетике Республики Беларусь	236
<i>Мищенко А.С.</i> Анализ производительности труда (на примере ООО «Афарбавана»)	238
<i>Перещук А.А.</i> Практическое применение краудфандинга как инновационного механизма финансирования	239
<i>Сидоренко А.А.</i> Влияние социально-психологических методов управления на производительность труда	240
<i>Смолич В.Э.</i> Технологические аспекты повышения эффективности производства ягод в КФХ «Смолич и К»	242
<i>Супрунюк В.А.</i> Методы оценки конкурентоспособности продукции и особенности их применения (на примере ООО «Стройтехмаш»)	244
<i>Суцевич В.В., Третяк А.Н.</i> Аквапоника — технология сельского хозяйства будущего	245
<i>Толстик А.И.</i> Инновационные методы управления персоналом (на примере ООО «Школа робототехники»)	247
<i>Точеная Д.А.</i> Обоснование направлений повышения эффективности функционирования ФХ «Островецкое»	249
<i>Третяк А.Н., Суцевич В.В.</i> Цикличность продуктивности в производстве растениеводческой и животноводческой продукции	250
<i>Харченко Е.А.</i> Мониторинг удовлетворенности предпринимателей помощью в развитии экспорта	252
<i>Шишкин В.Ю.</i> Коллаборация: институциональные характеристики и возможности управления	253
Секция 9. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ	256
<i>Велент В.А.</i> Корректное определение границ товарного рынка — залог эффективного антимонопольного правоприменения	256
<i>Ворона К.М.</i> Разработка технологии биопродукта на основе облепихи	257
<i>Данилова Е.А.</i> Перспективы потребления и экспертиза качества зеленого чая	259
<i>Зеленко Е.Д.</i> Подходы к разработке и изменениям в антимонопольной политике	260
<i>Казак С.В., Дейчик Е.В.</i> Выявление фальсификации муки пшеничной	261

<i>Конопацкая Е.А., Николаенко А.А.</i> Особенности функционирования объектов формата Showroom на рынке непродовольственных потребительских товаров	263
<i>Лешкевич И.В.</i> Экспертиза качества рыбных консервов «Килька в томатном соусе»	264
<i>Ловец М.П.</i> Влияние интернет-ресурсов на выбор потребителя	266
<i>Никитко Е.А.</i> Оптимизация взаимодействия таможенных органов и участников ВЭД как способ повышения эффективности торговли	267
<i>Олексин В.А., Пальшенков Д.А.</i> Инновационные формы и методы продажи товаров	269
<i>Паращенко Д.В.</i> Ассортимент приборов и устройств для глажения	270
<i>Радкевич Д.И.</i> Сайт и его возможности в совершенствовании деятельности организации	272
<i>Руденко А.А.</i> Офшоры — «за» и «против»	273
<i>Савицкий В.А., Таболин Р.Д.</i> Безработица молодежи в Республике Беларусь: состояние, проблемы, пути преодоления	275
<i>Стасевич О.А.</i> Оценка состояния и динамики потребительского рынка Республики Беларусь	276
<i>Сухалет К.М.</i> Возможность обеспечения социальной справедливости в ходе антимонопольного расследования	278
<i>Тимохова И.А.</i> Реализация программы импортозамещения лекарственных средств в Республике Беларусь	280
<i>Филипович О.В.</i> Контроль качества шампуней	281
<i>Циркунова Н.А., Швайчук А.В.</i> Роль штрих-кода в оптимизации торговли	283

Секция 10. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

<i>Жиwickий Л.А., Дубровская Е.Д.</i> Перспективы развития связей в санаторно-курортном сегменте туристической индустрии Беларуси	285
<i>Зайцева М.Н.</i> Видеоролики как средство продвижения в туристической индустрии	286
<i>Козловская М.В.</i> Формат семейного ресторана: особенности присутствия и возможности расширения на отечественном рынке	288
<i>Леонова Е.В., Руденкова Ю.Ю.</i> Актуальность мобильных приложений в туризме	290
<i>Махнач Д.В.</i> Анимационно-досуговая деятельность как фактор повышения экономической эффективности санаториев	291

<i>Парфенюк Ю.В.</i> Участие в гастрономическом фестивале как способ продвижения услуг ресторана	293
<i>Скрыган Д.Н.</i> Уровень жизни населения как социальный стандарт и его оценка	294
<i>Щерба М.О.</i> Необходимость формирования потребительской лояльности в ресторанном бизнесе	296
<i>Яцевич А.В.</i> Использование лечебных грязей в санаторно-курортных организациях Беларуси	297
<i>Яцук В.И.</i> Перспективы развития движения слоуфуд в Беларуси ...	299

Секция 11. ПРАВО И ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

<i>Боровик П.В.</i> Международно-правовая ответственность государства за экологический вред	301
<i>Гапоненко Д.В.</i> Проблема реализации законного интереса в административном праве	302
<i>Гринько Ю.А.</i> Проблемные вопросы исполнения наказания в виде смертной казни в Республике Беларусь	304
<i>Гринько Ю.А., Пенязь Д.В.</i> Роль стратегической экологической оценки в развитии «зеленой» экономики в Республике Беларусь	305
<i>Драб Ю.Ю., Попова В.В.</i> Актуальные проблемы регулирования социально-трудовых отношений	306
<i>Кульгавая И.Д., Имамкулиева К.В.</i> Влияние уровня безработицы на инвестирование Республики Беларусь иностранными субъектами	308
<i>Лев Ю.М.</i> Применение суброгации в договорах страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний	309
<i>Маковский И.А.</i> Актуальные проблемы трудовых прав сотрудников Евразийского экономического союза	311
<i>Мартынчук А.Г., Маркова Е.Д.</i> Возмещение экологического вреда	312
<i>Михеева А.Н., Случак Е.А.</i> Роль Парка высоких технологий в развитии национальной экономики Республики Беларусь	314
<i>Николаев А.Д., Лаурентик М.А.</i> Донат с правовой точки зрения	315
<i>Рублеўская Д.В.</i> Палітычныя правы шляхты ВКЛ ў прывілейны перыяд	317
<i>Сухопаров В.П.</i> Может ли человек быть объектом правоотношения?	318
<i>Трушко К.М.</i> О целесообразности принятия комплексного законодательного акта о гендерном равенстве	320

Секция 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ

<i>Артеменко Ю.А., Колосова М.А.</i> Интернет вещей: проблемы и перспективы развития	322
<i>Бодров В.А.</i> Внедрение локальных вычислительных сетей	323
<i>Гончар В.В.</i> Моделирование арендной ставки недвижимости	325
<i>Дедовец М.И., Лисицкая Л.И.</i> Информационные технологии для экспорта образовательных услуг	326
<i>Дмитриев А.И.</i> Разработка системы поддержки принятия решений для преподавателей вузов	328
<i>Дмитриев А.И., Журавкина А.А.</i> Чат-боты как новый способ оказания услуг	329
<i>Ермошко О.В., Назарович И.А.</i> Перспективы развития технологий баз данных: объектно-ориентированные базы данных	330
<i>Каминская В.И.</i> Оценка продуктовой корзины с точки зрения теории полезности	332
<i>Князева В.С., Лабуко Е.О.</i> Миф или реальность: блокчейн — технология будущего?	333
<i>Ковкель Ю.А.</i> Применение корреляционно-регрессионного анализа в оценке продолжительности жизни	335
<i>Колтович Ж.Н.</i> Экономико-математическое моделирование потребительского поведения населения	336
<i>Кулакевич А.И.</i> Белорусские торговые компании и социальные сети ...	337
<i>Лапицкая Е.А.</i> Электронное правительство для граждан	339
<i>Милош Д.В., Кириллова А.О.</i> Математическое обоснование перспектив развития высшего образования	340
<i>Павловская К.И.</i> Оценка развития информационно-коммуникационной инфраструктуры Республики Беларусь	342
<i>Скопец Д.Ю.</i> Облачные хранилища данных: сравнительная характеристика Google Docs и Word Online	343
<i>Устименко А.А.</i> Совершенствование процесса планирования с помощью построения дерева целей	345

Секция 13. НАЦИОНАЛЬНАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ

<i>Боровикова О.А.</i> Проблемы реформирования и перспективы развития мировой валютной системы	348
<i>Денисламов М.Э., Заусаева В.А.</i> Технология блокчейн как драйвер развития национальной экономики Республики Беларусь	350

<i>Ефименко Ю.М.</i> Рост рождаемости и уязвимость детей в сельской местности Республики Беларусь	351
<i>Нехай М.Ю.</i> Особенности налоговой политики Республики Беларусь	353
<i>Пукаева А.В.</i> Проблемы пенсионного обеспечения населения в Республике Беларусь	354
<i>Смоленская В.В.</i> Экспортный маневр Беларуси: сдерживающие факторы и риски для экономической безопасности	356
<i>Тарманова Т.В.</i> Сравнительный анализ уровня и качества жизни в регионах Республики Беларусь	357
<i>Точко А.Н.</i> Оценка эффективности государственного управления инвестиционной сферой в Беларуси	360
<i>Шаюк Е.И.</i> Совершенствование управления социально-экономическим развитием региона на примере Московской области	361
<i>Шевченко О.С.</i> Возможности применения политики количественного смягчения в России	363
Секция 14. ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	365
<i>Каспяровіч А.С.</i> Генезіс старога замка у Гродне	365
<i>Костиневич К.И.</i> Проблемы рынка политического консалтинга в Беларуси	366
<i>Лосик А.А.</i> Проблемы и перспективы социально-экономического развития Республики Беларусь	368
<i>Мацкевіч В.В.</i> Мемарыялізацыя паўстання 1863–1864 гг.	369
<i>Передня П.П.</i> Кожевенное дело на территории Беларуси	370
Секция 15. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ	372
<i>Бабичева Э.С., Жилинская Е.Ю.</i> Энергосберегающий проект освещения ангарского микрорайона г. Минска	372
<i>Галух Т.С.</i> Экологическая грамотность в Республике Беларусь	374
<i>Гриб М.И., Януш А.Н.</i> Зарубежный опыт использования платежей за экосистемные услуги	375
<i>Лисок Е.В.</i> Переработка отходов в Республике Беларусь: реальность и перспективы	377
<i>Лосева К.А., Слонимская А.А.</i> Эколого-экономическое обоснование строительства Белорусской АЭС	378
<i>Соловей А.Ю.</i> Мотивация как инструмент ресурсосбережения	380

<i>Становская А.В.</i> Оценка состояния климатической составляющей в обеспечении экологической безопасности Беларуси	381
<i>Шарапаева А.А., Прокопенко Д.Ю.</i> Актуальные проблемы развития возобновляемой энергетики в Республике Беларусь	383

Секция 16. ФИЛОСОФСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

<i>Катько Е.В.</i> Внутренний туризм Беларуси в оценках студентов белорусских вузов	385
<i>Литун А.В.</i> Представления студентов о профессионально важных качествах рекрутера: социологическое исследование	386
<i>Лукашенко В.Л.</i> Коммуникативная компетентность как профессионально важное качество специалиста в области экономики	388
<i>Чечёва М.В.</i> Практика венчурного финансирования в Республике Беларусь	389
<i>Шабловская И.А.</i> Ориентации на занятие предпринимательской деятельностью белорусских студентов	391

Секция 17. МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<i>Волчек А.А., Грамович В.И.</i> Лексические заимствования как отражение межкультурного взаимодействия (на материале английского и французского языков)	393
<i>Галуза А.Д.</i> Исследование мирового рынка медицинских изделий ...	394
<i>Громова Е.К.</i> Онлайн-инструменты коммуникационной деятельности	396
<i>Королевич Д.А.</i> Культурные и креативные индустрии г. Минска	398
<i>Максименко Н.Ю.</i> Влияние событийного туризма на развитие туристической привлекательности	399
<i>Некрашевич Е.В.</i> Имплицитность убеждения в английской деловой культуре	401
<i>Nenadovets A.</i> Event-management and optimization tools in socio-cultural field in Minsk	402
<i>Palubinski P.</i> Integrated communications in the event management of international exhibitions	404
<i>Прокопчик А.В.</i> Коммуникативные особенности речевого акта «просьба» в английской деловой коммуникации	406
<i>Раткевич А.А.</i> Категория дистанции в английской деловой культуре ...	407
<i>Сергеева Д.В.</i> Лингво-прагматические особенности испаноязычного путеводителя	409