

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Белорусский государственный экономический университет

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

Материалы
IX Международной научно-практической конференции
студентов

Минск, 13–14 апреля 2016 года

Минск 2016

УДК 338(476)
ББК 65.9(4Бел)
НЗ5

Редакционная коллегия:

Г. А. Короленок (председатель), *О. А. Морозевич* (заместитель председателя), *Е. И. Астапов*, *З. М. Горбылева*, *А. И. Ерчак*, *Л. Н. Маркусенко*, *В. В. Тур*, *Е. В. Петриченко*, *Т. И. Леонович*, *С. В. Разумова*, *О. М. Смолякова*, *Е. А. Цедрик* (ответственный секретарь)

Рекомендовано Редакционно-издательским советом БГЭУ

НЗ5 **Национальная экономика Республики Беларусь:** проблемы и перспективы развития : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. студентов (Минск, 13–14 апр. 2016 г.). — Минск : БГЭУ, 2016. — 378 с.

ISBN 978-985-564-106-4.

В издание включены тезисы научных докладов IX Международной научно-практической конференции студентов по вопросам развития национальной и мировой экономики.

Сборник предназначен студентам и магистрантам, а также читателям, интересующимся вопросами функционирования национальной экономики, конкурентоспособности отечественных производителей, обеспечения взаимовыгодного сотрудничества Республики Беларусь с другими странами.

УДК 338(476)
ББК 65.9(4Бел)

ISBN 978-985-564-106-4

© Белорусский государственный
экономический университет, 2016

СЕКЦИЯ 1

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

М.О. Бобровская
А.В. Щербаков
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук К.И. Жукова

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ВАЛЮТНОГО КУРСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Главным элементом валютной системы каждой страны является ее национальная валюта. Практически все международные экономические операции предполагают обмен национальных валют по определенной цене. Как любая цена, валютный курс отклоняется от стоимостной основы — покупательной способности валют — под влиянием спроса и предложения валюты. Соотношение такого спроса и предложения зависит от ряда факторов. Многофакторность валютного курса отражает его связь с другими экономическими категориями — стоимостью, ценой, деньгами, процентом, платежным балансом и т.д. Причем происходит их сложное переплетение и выдвигание в качестве решающих то одних, то других факторов.

Целью данной статьи является прогнозирование валютного курса Республики Беларусь в зависимости от выбранных факторов.

Основными факторами, влияющими на валютный курс, являются следующие макроэкономические показатели страны:

- объем ВВП;
- величина валового внешнего долга;
- чистая международная инвестиционная позиция.

Динамика курса валют является временным рядом, содержащим тренд и случайную компоненту, поэтому в качестве метода оценки параметров прогностической модели используется регрессионный анализ. Задачей данного ряда является определение аналитического выражения, аппроксимирующего связь между зависимой переменной Y и независимыми переменными $(X_1, X_2 \dots X_n)$, либо одним фактором X , где связь между X и Y называется уравнением регрессии.

В качестве метода аппроксимации в уравнении регрессии используется метод наименьших квадратов (МНК), который минимизирует сумму квадратов отклонений фактических значений Y от его предсказываемых значений.

Итак, имея все необходимые данные и модель, можно проанализировать показатели и отразить влияние каждого из них на уровень национальной валюты.

Первым фактором, влияющим на валютный курс, является объем ВВП.

С помощью регрессионного анализа пакета программы Excel показана зависимость курса доллара США от ВВП Республики Беларусь. В качестве независимой переменной используются данные по ВВП (X_i), в качестве зависимой переменной — курс валюты (Y_i , $i = 1, 8$). Для прогноза используется средний официальный валютный курс НБРБ по состоянию на квартал за 2014–2015 гг.

Полученный коэффициент множественной корреляции $R = 0,614$. Согласно шкале Чеддока связь между переменными, включенными в уравнение регрессии, можно считать заметной. Коэффициент детерминации $R^2 = 0,38$ означает, что доля дисперсии составляет 38 %, т.е. лишь в 38 % случаях ежеквартальные колебания курса доллара объяснялись изменением ВВП. Стандартная ошибка ($S_{\text{ост.}}$) равна 2735,6, т.е. необъясненная дисперсия составляет 2735,6 единицы, в данном случае — 2735,6 руб., что является достаточно большой величиной.

Проведя аналогичные расчеты, было выявлено, что наибольшее влияние на валютный курс имеют 2 фактора — это валовой внешний долг и чистая международная инвестиционная позиция. В данном случае коэффициент множественной корреляции $R = 0,998$. Согласно шкале Чеддока связь между переменными, включенными в уравнение регрессии, можно считать высокой, следовательно, полученные результаты будут весьма достоверными. Также в соответствии со значением коэффициента детерминации в 99,6 % случаях ежеквартальные колебания курса доллара объяснялись изменением валового внешнего долга. Стандартная ошибка ($S_{\text{ост.}}$) составляет всего 208,6 руб.

Связь между национальной валютой и чистой международной инвестиционной позицией оказалась еще больше. В этом случае коэффициент множественной корреляции $R = 0,998$. Стандартная ошибка составила всего 173,7 руб.

В то же время на величину польского злотого наибольшее влияние оказывают валовой внешний долг и чистый экспорт. Связь между данными показателями можно оценить как высокую, так как коэффициенты множественной корреляции R равны 0,92 и 0,91 соответственно, однако по сравнению с белорусским рублем она не настолько сильная.

В заключение хотелось бы отметить, что учесть все факторы просто невозможно, так, например, довольно трудно предсказать человеческий фактор, как малейшие информационные колебания отразятся на спросе на национальную валюту. На основании проведенных исследований видно, насколько высока связь между внешним долгом и устойчивостью валюты. Ведь большой долг поощряет инфляцию, и если инфляция высока, то долг необходимо обслуживать, что приведет к удешевлению национальной валюты в будущем. Иностранные инвесторы будут менее склонны к ценным бумагам, номинированным в этой валюте. Это же касается и международной инвестицион-

ной позиции, поэтому даже с использованием данной модели можно сделать вывод о том, насколько сильно белорусский рубль зависит от состояния экономики и доверия населения к нему.

С.В. Галда
ИПП (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.И. Приходченко

РАЗВИТИЕ НАУЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С каждым годом роль научно-технического потенциала в социально-экономическом развитии Беларуси возрастает. Наличие развитого научного потенциала, разработка и внедрение новых технологий обуславливают развитие страны, а также успешное позиционирование на мировой арене. По данным Всемирного банка, по индексу знаний в рейтинге 146 стран мира за последние 3 года Беларусь поднялась с 52-го места на 45-е, уступая из стран СНГ только России.

Однако в Беларуси тем не менее наблюдается снижение количества исследователей: в 2010 г. оно составляло 31 712 чел., в 2014 г. — 27 208 чел. Развитие научного потенциала во многом зависит и от количества организаций, осуществляющих научные исследования и разработки [1; 2, с. 35].

Одним из самых главных факторов развития любой сферы, в том числе и научного потенциала страны, является наличие финансовых ресурсов. Беларусь отличается низким уровнем бюджетного финансирования исследований и разработок по сравнению с другими странами. Затраты на научные исследования и разработки таковы: в 2011 г. составили 2081,8 млрд руб., в 2015 г. — 4073,1 млрд руб. (числовой показатель растет, а в свою очередь соотношение к курсу иностранных валют оставляет желать лучшего) [2, с. 60]. С каждым годом сокращается доля расходов республиканского бюджета на науку к ВВП: в 2007 г. она составила 0,96 %, в 2014 г. — 0,52 %, тогда как в США в 2012 г. — 2,79 %, в Финляндии — 3,55 %, в Германии — 2,92 %. Как следствие, падает наукоемкость ВВП и в последние годы не превышает 0,6 %. Страны ЕС поддерживают уровень наукоемкости ВВП от 2 % и выше [2, с. 10, 127].

Концепцией государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. предусмотрен рост данного показателя до 1,5 % к ВВП. В результате недофинансирования внутренних затрат на научные исследования и разработки ставится под угрозу выполнение одного из основных показателей инновационного развития Беларуси. В связи с этим целесообразны увеличение объема финансирования проектов на беспроцентной основе через Бе-

лорусский инновационный фонд; организация венчурного финансирования инновационных проектов. Необходимо привлечь в систему венчурного финансирования средства банков, организаций, направляемых на венчурное финансирование; в дальнейшем в целях минимизации рисков установить льготный налог на прибыль, получаемую от реализации венчурного проекта; содействовать развитию крауд-фандинговых платформ, позиционирующих себя как инструмент минимизации количества посредников, инструмент привлечения инвестиций, а также своего рода верификаций и тестирования идей.

С 01.01.2012 г. действуют налоговые льготы, закрепленные в Налоговом кодексе. От налога на прибыль освобождается прибыль организаций, полученная от реализации инновационных (высокотехнологических) товаров собственного производства (п. 1.23 ст. 94; п. 4 ст. 142). До 01.01.2016 г.: 1) от налога на недвижимость освобождаются здания и сооружения научных организаций, научно-технологических парков и центров трансфера технологий; 2) от земельного налога освобождаются земельные участки научных организаций, научно-технологических парков и центров трансфера технологий. Однако перечисленные выше мероприятия государства не дают должного положительного эффекта и не способствуют быстрому инновационному развитию, ускоренному формированию малого бизнеса и среднего класса в Беларуси.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.by>. — Дата доступа: 12.03.2016.

2. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь, 2015 : стат. сб. — Минск, 2015.— 138 с.

Б.И. Ефимчик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук М.Н. Базылева

ЭКОНОМИЯ ОТ ЭФФЕКТА МАСШТАБА: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЯХ

Одной из актуальных проблем экономической теории является определение влияния масштаба производственной деятельности на ее эффективность. Взаимосвязь размера и эффективности объясняется концепцией эффекта масштаба производства (далее — эффект масштаба). Под эффектом масштаба следует понимать направленное изменение эффективности производственной деятельности отдель-

ной фирмы в результате изменения масштаба производства либо самой фирмы (внутрифирменный эффект масштаба), либо отрасли ее базирования (отраслевой эффект масштаба). Можно выделить положительный, отрицательный и постоянный эффекты масштаба. В дальнейшем положительный эффект масштаба производства рассматривается как экономия от эффекта масштаба.

Экономия от внутрифирменного эффекта масштаба обусловлена ростом фирмы в долгосрочном периоде и определяется действием технической экономии (касается аспектов производственного процесса и включает в себя высокие капитальные затраты, специализацию трудовых ресурсов, закон увеличенных размеров и обучение на практике), власти монополии, организаторской экономии (использование сетевых компьютеров для контроля производственных систем), финансовой экономии (крупные компании оцениваются рейтинговыми агентствами для получения более выгодных кредитов), сетевой экономии (данный тип экономии связан с ростом спроса на продукцию).

Экономия от отраслевого эффекта масштаба обусловлена в свою очередь тесным и взаимовыгодным сотрудничеством фирм отрасли посредством обмена информацией, идеями, знаниями, накопленным опытом в ходе решения однотипных задач, таких как улучшение и развитие транспортной инфраструктуры; подготовка и обучение специалистов соответствующей квалификации; проведение дорогостоящих научных исследований и разработок; рекламирование продукции отрасли и т.д.

В ходе исследования были детально рассмотрены семь компаний из пищевой, энергетической, добывающей, информационной, автомобильной отраслей (Microsoft Corporation, Wal-Mart Stores, United Parcel Service, Compass Minerals, Exelon Corporation, Intel Corporation, General Motors). На основе анализа данных компаний можно сделать вывод, что экономия от эффекта масштаба используется, и она достаточно эффективна. Применяя различные виды экономии, за счет роста производства данные фирмы заняли ведущие ниши в своих отраслях, практически не имеющих конкурентов.

Рационально применяя различные виды экономии за счет внутрифирменного и отраслевого эффектов масштаба, фирма может добиться снижения стоимости конечной продукции, а впоследствии занять главенствующее место в своей отрасли базирования, не имея при этом существенных конкурентов. При этом не так важна отрасль, в которой фирма будет развиваться, сколько эффективное использование различных факторов экономии за счет роста производства.

Литература

Федеральный образовательный портал — ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ [Электронный ресурс] // Экономика. Социология. Менеджмент. — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>. — Дата доступа: 25.03.2016.

Dividend Monk — Top Dividend Stocks [Electronic resource] / Analysis reports on the best dividend stocks, market news, and investment strategies. — Mode of access: <http://www.dividendmonk.com>. — Date of access: 28.03.2016.

Standard & Poor's [Electronic resource] / Standard & Poor's Financial Services LLC. — Mode of access : <https://www.standardandpoors.com>. — Date of access : 30.03.2016.

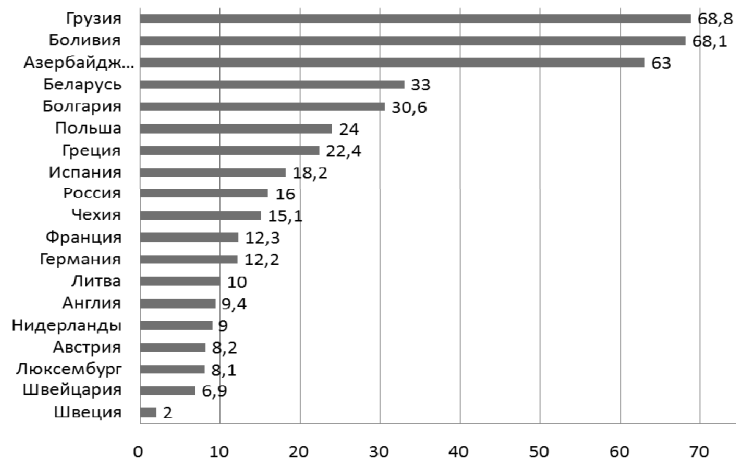
Л.Г. Забелло
Е.В. Лычовская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.Л. Майборода

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА И НАЛИЧНЫЙ РАСЧЕТ

Теневая экономика — экономическая деятельность, скрывающаяся от общества и государства, находящаяся вне государственного контроля и учета. Скрытая экономика функционирует наряду с легальной и в некоторых странах по своему размаху практически не уступает ей.

К стране с минимальным уровнем теневой экономики относится Швеция — 2 % ВВП. Уровень теневой экономики Беларуси достаточно высок — 33 % ВВП (см. рисунок).



Уровень теневой экономики в различных странах, начало 2015 г., % ВВП

Источник: [1].

В качестве ключевого фактора, позволяющего теневому сектору легко адаптироваться к изменяющимся условиям, выступает действу-

ющая теневая система расчетов, сформировавшаяся на основе легальной системы денежного обращения.

По сведениям FATF (Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег), нелегальные перевозки наличности на 30 % связаны с наркоторговлей, на 25 % — с уходом от налогов и на 10 % — с коррупцией [2].

Запрет крупных купюр базируется на стремлении усложнить транспортировку денег, полученных в результате мафиозных сделок.

По оценкам Агентства по борьбе с организованной преступностью (SOCA), в 2010 г. 90 % всех 500-евровых банкнот, проданных в обменных пунктах, попали в руки криминала [2].

Доля наличных денег в объеме криминальных транзакций достигает почти 60 % ежегодно. В некоторых видах преступной деятельности (например, наркоторговле) она еще выше — вплоть до 80 %.

Отказ от крупных купюр может стать эффективным средством борьбы с уклонением от уплаты налогов, преступностью, коррупцией и терроризмом [2].

Эксперты международных финансово-кредитных институтов оценивают уровень теневой экономики в разных странах, опираясь на мнение о наличии прямо пропорциональной зависимости между размерами теневой экономики и массой наличных денег в обращении. При ограничении наличного денежного обращения и соответственно росте доли безналичных платежей и расчетов обычно делают вывод о сокращении доли теневой экономики [3].

Общее снижение объемов наличной денежной массы, очевидно, приведет к снижению темпов инфляции, уровня коррупции, будет способствовать повышению инвестиционного климата и либерализации кредитного рынка в нашей стране.

Для увеличения доли безналичных расчетов необходимо:

- развить программно-техническую инфраструктуру для осуществления розничных платежей в безналичной форме;
- повысить финансовую грамотность населения;
- установить предельный размер платежа наличными деньгами;
- поощрять фирмы, которые используют безналичный расчет [4].

Литература

1. Галкин, В. Причины возникновения теневого бизнеса [Электронный ресурс] / В. Галкин. — Режим доступа: <http://vadim-galkin.ru/politics/tenevaya-ekonomika/prichiny-vozniknoveniya-tenevogo-biznesa/>. — Дата доступа: 23.03.2016.

2. Никитин, А. Банкноты нон грата. Почему хотят запретить крупные купюры [Электронный ресурс] / А. Никитин // Коммерсантъ. Деньги. — № 9. — Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2917557>. — Дата доступа: 23.03.2016.

3. Цигулев, В. ТОП-10 безналичных стран мира [Электронный ресурс] / В. Цигулев // Блог компании Web-payment.ru. — Режим доступа:

https://habrahabr.ru/company/web_payment_ru/blog/258625/. — Дата доступа: 23.03.2016.

4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь, Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Новости Беларуси. — Режим доступа: <http://pravo.newsby.org/belarus/pos-tanovsm0/sovm591.htm> — Дата доступа: 02.04.2016.

Е.И. Знак
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук М.Н. Базылева

СТЕПЕНЬ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И УРОВЕНЬ ЗАРПЛАТЫ

Хотелось бы обратить особое внимание на такую экономическую категорию, как человеческий капитал. Целью статьи является сравнение размеров инвестиций в образование и медицину и их результативности в странах с наиболее высоким уровнем заработной платы и Беларуси. В качестве методов были использованы анализ, синтез и сравнение.

Уровень заработной платы — показатель благополучия компании, отрасли, бизнеса и страны в целом. Сопоставив рейтинги стран с самыми высокими уровнями зарплат и стран с наивысшими рейтингами человеческого развития, можно заметить, что за редкими исключениями они совпадают. Отмечу, что индекс человеческого развития — это совокупный показатель уровня развития человека в стране. Индекс измеряет достижения страны с точки зрения состояния здоровья, получения образования и фактического дохода ее граждан. Исходя из этого можно сделать вывод, что государство, инвестирующее в образование и медицинское обслуживание, возвращает тем самым профессионалов, тех, кто максимально эффективно трудится на благо экономики и, как следствие, способен получать высокую заработную плату.

При сравнении расходов стран с наивысшими зарплатами на образование с белорусскими можно констатировать наше отставание. Деньги, которые тратятся на воспитание подрастающего поколения, в недалеком будущем будут определять уровень образованности населения страны, а соответственно и ее конкурентоспособность на мировом рынке, поэтому Беларуси необходимо стремиться увеличивать эту статью расходов в своем бюджете.

Для достижения цели работы было изучено инвестирование в медицину всех упоминаемых ранее стран. Расходы на здравоохранение считаются одним из ключевых показателей социального развития, так как они отражают степень внимания, уделяемого здоровью граждан. К сожалению, отставание Беларуси в этом еще более очевидное, чем отставание по расходам на образование.

Однако при сравнении эффективности систем здравоохранения разных стран оказалось, что в нашей стране медицина в разы доступнее в пересчете на душу населения, чем в странах с наивысшим уровнем зарплат, что является, на наш взгляд, показателем того, что в Беларуси все же заботятся о состоянии здоровья своих граждан.

Итак, можно прийти к выводу, что ИЧР соотносится с уровнем зарплат, поэтому чем больше государство инвестирует в медицину и образование, тем более высокий уровень зарплат устанавливается в стране, поскольку величина накопленного человеческого капитала работника прямо пропорциональна его производительности.

Литература

Орехова, С. В. Человеческий капитал как источник устойчивого конкурентного преимущества фирмы: проблемы применения / С. В. Орехова // Современная конкуренция : науч. тр. — Екатеринбург, 2015.

Сорокина, С. Э. Инвестиции в человеческий капитал как необходимое условие инновационного развития страны / С. Э. Сорокина // Вопросы организации и информатизации здравоохранения. — 2012. — № 2. — С. 41–43.

Рейтинги стран и регионов гуманитарной энциклопедии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: gtmarket.ru. — Дата доступа: 30.03.2016.

Тозик, А. А. Человеческий капитал — основа конкурентной экономики / А. А. Тозик // Экономика Беларуси. — 2011. — № 1. — С. 42–48.

С.Г. Иванов
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук М.Н. Базылева

УЯЗВИМАЯ ЗАНЯТОСТЬ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Уязвимая занятость представляет собой достаточно новое явление, а потому в первую очередь нуждается в определении. Уязвимая занятость, или занятость в неформальном секторе, — это процент трудящихся, работающих в качестве неоплачиваемых либо низкооплачиваемых семейных работников и самозанятых.

Лица с уязвимой занятостью, или уязвимые работники, — это самозанятые работники и лица, работающие на семейном предприятии и вносящие вклад в доходы семьи. Такие работники редко имеют официально оформленные трудовые договоры и поэтому обычно трудятся в условиях, которые нельзя назвать условиями достойного труда. По данным Международной организации труда, в 2015 г. уязвимые рабочие места имели 47,7 % общего числа занятых. На сегодняшний день наиболее уязвимыми группами на рынке труда являются мало-

квалифицированные рабочие, молодежь, женщины, пожилые люди и мигранты.

Масштабы уязвимой занятости значительно шире, чем масштабы безработицы. Безработными в 2015 г. числилось лишь 6 % трудоспособных граждан, что составляет 200 млн в мире. В Южной и Восточной Азии сегодня численность уязвимых работников в 14 раз превышает количество безработных.

Данные Международной организации труда показывают, что абсолютное количество уязвимых работников растет с каждым годом, однако уменьшается их количество в процентном выражении. Более значительную долю уязвимых работников во всех регионах составляют женщины, однако гендерный разрыв сокращается с каждым годом.

Исследования уровня уязвимой занятости по регионам выявили следующее:

Среди всех регионов в Восточной Азии наблюдается наибольшее снижение уровня уязвимой занятости женщин, а затем на Ближнем Востоке и в Южной Азии в период с 2007 по 2015 г. Обратная ситуация оказывается в Центральной и Юго-Восточной Европе и странах Африки южнее Сахары, женщины здесь испытали более медленное снижение уязвимой занятости, чем мужчины, и наименьшее снижение среди всех регионов.

В экономически развитых странах о нестабильных или нетипичных формах занятости говорят уже на протяжении последнего десятилетия в связи с появлением нестандартных форм занятости, таких как работа по срочным и временным контрактам, работа на условиях неполной занятости, работа по вызову, домашний труд, работа на дому с получением заданий по электронной почте и даже некоторые категории самостоятельной занятости.

В последние десятилетия возрос уровень занятых на условиях неполного рабочего дня. Взаимосвязь уровня доходов страны и уровня неполной занятости показывает, что в богатых странах люди нередко предпочитают иметь больше свободного времени. Данные свидетельствуют о том, что неполная занятость распространена в основном среди женщин. Это может быть обусловлено добровольным выбором семьи совмещать производственные и семейные обязанности и обязанности по уходу, но это может быть следствием вынужденных решений, принимаемых под воздействием постоянных факторов, ограничивающих участие женщин в составе рабочей силы, таких как отсутствие услуг по уходу за детьми в течение полного рабочего дня.

Наиболее обострена проблема уязвимости рабочих мест в наименее развитых странах: порядка 80 % общего числа занятых имеют уязвимую занятость.

Однако данные Международной организации труда показывают, что в XX в. процент уязвимых работников в мире сокращается с каждым годом. За последние 15 лет он сократился с 52,3 до 47,7 %.

После более детального и глубокого рассмотрения такой проблемы, как уязвимая занятость, становится понятно, что общепринятого определения данного термина недостаточно.

Уязвимая занятость включает в себя помимо процента трудящихся, работающих в качестве неоплачиваемых либо низкооплачиваемых семейных работников и самозанятых, еще и процент трудящихся, работающих на полставки (неполный рабочий день), временных работников, работников по вызову, работников на дому, которые получают задания по электронной почте.

И.В. Исайкин

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук К.И. Жукова

АНАЛИЗ ВНЕШНЕГО ДОЛГА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ

Валовой внешний долг в общем виде представляет собой обязательства резидентов некоторой страны перед нерезидентами. Его увеличение в зависимости от стратегии использования привлеченных средств способно как стимулировать экономический рост, так и приводить к долговому кризису. Касательно Республики Беларусь внешний долг нашей страны начал расти быстрыми темпами в последние 10 лет, что сделало вопросы о его устойчивости и перспективах роста крайне актуальными.

Анализируя динамику роста валового внешнего долга Республики Беларусь с 2000 по 2016 г., можно заметить, что сначала долг увеличивался незначительно, а резко расти начал только с 2007 г. Данный рост наблюдался как в абсолютном выражении, так и по отношению к ВВП. Отличие лишь в том, что доля долга в ВВП начала резко расти с 2009 г., что связано с проведением 20 %-ной девальвации 2 января 2009 г.

Для того чтобы определить основные причины роста внешнего долга, необходимо обратить внимание на текущий счет платежного баланса. В Беларуси баланс текущего счета был отрицательным почти каждый год начиная с 2000 г., а после 2007 г. начал резко расти, что в некоторой степени объясняет и увеличение внешнего долга. Основными причинами роста дефицита текущего счета стали увеличение цен со стороны России на нефть и газ, значительный отток капитала по статьям первичных и вторичных доходов, замедление экономического роста основных торговых партнеров республики из-за развития мирового финансового кризиса, а также удорожание белорусского рубля и последующее снижение конкурентоспособности отечественных товаров.

Рассмотрим структуру внешнего долга нашей страны. До 2007 г. большая часть внешнего долга приходилась на реальный сектор эко-

номики, который и компенсировал дефицит текущего счета. Однако после 2007 г. стал резко увеличиваться внешний долг государственно-го сектора и депозитных организаций. На долю прямых инвестиций и центробанка приходится незначительная часть общего долга.

Рассматривая структуру внешнего долга по срокам погашения, можно отметить, что до 2008 г. он в основном был краткосрочным за счет торговых кредитов реального сектора. Однако позже, с увеличением задолженности банков и государства, доля долгосрочных заимствований от общей суммы долга достигла 60 %, что удовлетворяет международным стандартам.

С целью анализа устойчивости внешнего долга Беларуси используем несколько индикаторов. Один из них — отношение выплат по долгу к объему экспорта. За 2015 г. данный показатель по Беларуси был равен 12,8 %, что превышает пороговое значение в 10 %. Следующий показатель — это отношение резервов к краткосрочному внешнему долгу. Значение данного индикатора для нашей страны за 2015 г. равно 36 %, при минимальном значении в 100 %. Оба индикатора свидетельствуют о том, что внешний долг Республики Беларусь достиг того уровня, при котором он способен оказывать негативное и сдерживающее воздействие на экономический рост и уровень жизни в стране.

Подведем некоторые итоги экономической политики нашего Правительства с 2008 г. Валовой внешний долг вырос в 3 раза, с 12,8 до 33,3 млрд дол. Золотовалютные резервы в 2016 г. сохранились на уровне 2008 г. и равны 4,1 млрд дол. ВВП в долларовом выражении вырос за 8 лет всего на 20 %. Курс белорусского рубля по отношению к доллару вырос в 10 раз. Средний годовой темп инфляции с 2008 по 2016 г. составил 30 %.

Очевидно, что в проводимую макроэкономическую политику необходимо внести некоторые изменения. В отношении внешнего долга необходимо привлекать долгосрочные прибыльные проекты прямого инвестирования, а в отношении экономики в целом требуется осуществлять структурные рыночные реформы.

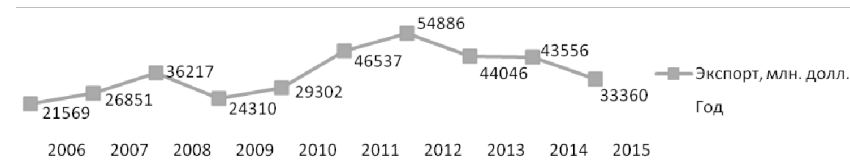
А.А. Кичкайло
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук А.К. Ходас

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОЛИТИКИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время важным фактором содействия устойчивому социально-экономическому развитию Республики Беларусь является экспорт, поэтому государственные органы страны уделяют большое вни-

мание политике регулирования экспорта товаров и услуг. Результаты проведения данной политики наглядно отражаются в соответствующих объемах экспорта страны, которые представлены на рисунке.



Динамика объема экспорта в Республике Беларусь

Источник: собственная разработка на основе [1].

Анализ свидетельствует, что в 2009 г. белорусская экономика испытала негативное воздействие мирового финансово-экономического кризиса и первоначально увеличивающийся в 2006–2008 гг. экспорт резко снизился. Восстановлению докризисных темпов роста объемов экспорта способствовали проводимые меры по стабилизации экономики, принятые в рамках поддержанной Международным валютным фондом программы. Однако в 2012 г. эти меры были отменены и заменены политикой, призванной стимулировать экономический рост. В последние годы наметилась устойчивая тенденция к снижению объема экспорта, что обусловлено снижением спроса на традиционном рынке сбыта белорусской продукции (в Российской Федерации) — на долю которого приходится более 40 % белорусского экспорта.

Для ФРГ же, напротив, характерна тенденция возрастания объема экспорта начиная с 2012 г., и немаловажную роль в этом играет экспортная политика государства.

В отличие от Германии, имеющей достаточно большое количество рынков сбыта, Беларусь очень сильно зависит от основного рынка сбыта своей продукции — Российской Федерации, а также не является членом ВТО, что существенно ограничивает возможности проведения более открытой внешнеторговой политики в отношении других стран, более тесной интеграции с ЕАЭС. Все это подчеркивает необходимость совершенствования экспортной политики Республики Беларусь, используя богатый опыт Германии.

Для осуществления политики регулирования экспорта в Республике Беларусь предусматривается введение Национальной программы развития экспорта на 2016–2020 гг., в которой предполагается расширение торгово-экономических взаимосвязей с рынками сбыта стран Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Африки и Латинской Америки, расширение интеграции в рамках ЕАЭС, вступление Республики Беларусь в ВТО, опережающее развитие экспорта услуг и другие меры.

Изучив опыт Германии в данной сфере, можно также предложить такие пути совершенствования экспортной политики Республики Беларусь, как финансирование деятельности субъектов товаропроводящей

сети за рубежом через экспортное кредитование; усиление роли Межведомственного совета по развитию экспорта; предоставление экспортных кредитов нерезидентам; создание посреднической структуры государственной формы собственности с последующей реализацией продукции за рубеж; расширение и поддержка международного лизинга.

Литература

1. Внешняя торговля Республики Беларусь [Электронный ресурс] : стат. сб. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/bgd/public_compilation/index_733/. — Дата доступа: 03.04.2016.

В.С. Князева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук М.П. Лещиловская

БУДУЩЕЕ ЮАНЯ

В настоящее время центр мировой экономики перемещается с Запада на Восток. Подтверждением тому стало превращение Китайской Народной Республики в мощную сверхдержаву XXI в., которая за последние три десятилетия стремительно развивалась.

Высокие темпы роста экономики, выход на первое место по объему мирового ВВП привели к тому, что МВФ поставил вопрос о включении юаня в корзину резервных валют. Резервная валюта — общепризнанная в мире национальная валюта, которая накапливается центральными банками иных стран в валютных резервах. 30 ноября 2015 г. Исполнительный совет МВФ утвердил это решение. Юань получит долю в размере 11 % корзины — больше, чем занимают сейчас британский фунт и японская иена. Самая большая доля у американского доллара.

Укреплению китайского юаня способствовали следующие факторы: проводимые с 1970-х гг. реформы в сельском хозяйстве, командное управление экономикой; создание с 1990-х гг. новых механизмов функционирования финансовой политики, банковской системы и рынков капитала; высокий удельный вес ВВП Китая в общемировом ВВП — 16,63 %; наличие в Китае значительного объема человеческих ресурсов (население 1 млрд 339 млн человек); снижение неграмотности населения; высокий товарооборот страны, являющейся одним из самых крупных потребителей сырья и энергетических ресурсов; образование геополитического объединения «Большой Китай», членство в ВТО, БРИКС, ШОС и др.; внедрение новой международной платежной системы CIPS. Она позволит снизить стоимость международных переводов в юанях и сократить время международных расчетов.

На фоне действия данных факторов можно выявить и проблемы, существование которых позволяет не столь оптимистично относиться к обозначенному МВФ месту юаня в когорте резервных валют.

За последние годы темпы роста экономики Китая существенно замедлились. В 2015 г. темп роста составил 6,9 %. Это худший показатель за 25 лет. Назову самые значимые факторы, оказывающие неблагоприятное влияние на будущее китайской экономики и на ту роль, которая отведена юаню: снижение как мирового, так и внутреннего спроса на промышленную продукцию Китая; замедление прироста населения как результат политики «одна семья — один ребенок» (увеличивается разница между численностью мужского и женского населения); урбанизация страны и, как следствие, сокращение посевных площадей, нехватка продовольствия, рост безработицы; экстенсивный характер роста экономики; «занижение» курса юаня Народным банком Китая на 30–40 %; относительно низкая доля китайского юаня в международных расчетах — 1,5 %.

Выходом из ситуации может стать политика стимулирования спроса на промышленную продукцию внутри страны. Для этого необходимо повышать благосостояние населения страны.

Осенью 2016 г. вступит в силу решение МВФ о включении юаня в список мировых резервных валют. Но Китай переживает кризис в некоторых отраслях экономики, поэтому будущее юаня будет зависеть от того, насколько активно будет производиться реформирование китайской экономической модели.

Литература

Рост ВВП Китая в 2015 году замедлился до 6,9 % годовых [Электронный ресурс] // Сетевое издание «РИА Новости» / МИА «Россия Сегодня». — Режим доступа: <http://ria.ru/economy/20160119/1361690835.html#ixzz43hnXzmAD>. — Дата доступа: 23.03.2016.

Соболевская, О. В. Экономика Китая зависит от его демографии [Электронный ресурс] / О. В. Соболевская // Экспертный сайт «Открытая экономика» / ВШЭ. — Режим доступа: <http://www.opec.ru/1846048.html>. — Дата доступа: 21.03.2016.

China Outlook 2015 [Electronic resource] / KPMG International. — Mode of access: <http://www.kpmg.com/DE/de/Documents/China-Outlook-2015-201501-v1.pdf>. — Date of access: 21.03.2016.

Д.М. Ловчая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.Л. Майборода

БИТКОИНЫ КАК ЧАСТНЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Человечество вступило в новое тысячелетие — эру информационных технологий. Возникновение и распространение частных денег в

жизни общества можно считать закономерным и логическим этапом его развития.

С целью изучения феномена частных денег изучается возможность развития функций денег в условиях становления и продвижение виртуальной экономики на примере такой пиринговой платежной системы, как биткоин.

Биткоин — децентрализованная пиринговая платежная система, которая является полностью виртуальной — работает только в сети Интернет и не имеет реального эквивалента в виде монет и купюр.

Биткоины можно заработать, купить, получить в подарок или добыть. В некоторых странах возможно получать биткоины в качестве заработной платы. Есть способы получить биткоины совершенно безвозмездно. Так называемые сатоши-краны — это сайты, которые предлагают бесплатные биткоины.

Основной способ добычи биткоинов — майнинг. Суть майнинга заключается в том, что компьютеры, находящиеся в разных точках мира, решают математические задачи, в результате которых создаются биткоины.

Биткоин, как и традиционные национальные валюты, не является ценным товаром, однако существование и стоимость такой криптовалюты обоснованы наличием определенной обменной ценности.

Постепенно участники товарно-денежных отношений стали интересоваться биткоином, осознавать минимальность рисков с участием этой криптовалюты, понимать безопасность транзакций с участием цифровой подписи. И тогда биткоин зарекомендовал себя как надежная расчетная денежная единица, и стоимость биткоина начала стремительно расти.

В чем самая значимая особенность биткоина с точки зрения экономики? Это цифровой товар с ограниченным предложением, его алгоритм устроен таким образом, что в системе может существовать максимум 21 миллион единиц, каждая из которых называется «биткоин». График эмиссии определен программно и заранее известен. После того как будут сгенерированы последние монеты, их количество не будет изменяться.

Несомненно, данная криптовалюта обладает определенными преимуществами: анонимность участников операций с криптовалютой; практически нулевая инфляция; защита от подделок; быстрота и легкость проведения операций по всему миру; простота и надежность хранения валюты; защита личных данных; рыночное ценообразование.

Однако у биткоинов есть и свои недостатки: нет единого регулятора; так как нет единого центра, нет и возможности отменить операцию с биткоинами; риск стать запрещенной валютой; частичное или полное отсутствие законодательной базы; высокая волатильность криптовалюты; ограниченность биткоинов; использование биткоинов в «теневой экономике».

Появление фактически новой денежной системы, не имеющей четкого эмиссионного центра и законодательных рамок, вызвало вполне обоснованное беспокойство со стороны финансовых регуляторов многих стран.

Центральный банк России назвал такого рода операции сомнительными, ссылаясь на то, что по виртуальным валютам отсутствуют обеспечение и юридически обязанные по ним субъекты, операции с ними носят спекулятивный характер, осуществляются на так называемых виртуальных биржах и несут высокий риск потери стоимости. В связи с анонимным характером деятельности по выпуску виртуальных валют граждане и юридические лица могут быть вовлечены в противоправную деятельность, включая легализацию доходов и финансирование терроризма.

Представители Национального банка Республики Беларусь согласны с мнением коллег из России. Расчеты на территории Беларуси могут осуществляться в безналичной или наличной форме, в том числе с использованием белорусских рублей, иностранной валюты, электронных денег, только в порядке, установленном законодательством.

Виртуальная валюта биткоин не имеет правовых оснований для использования на территории Беларуси, соответственно расчеты с ее использованием несут для юридических и физических лиц правовые риски, а также риски, связанные с отсутствием надлежащей гарантии погашения обязательств для держателей виртуальной валюты биткоин.

Белорусский аналитик Александр Муха в свою очередь полагает, что подходы со стороны центральных банков к платежным системам и виртуальным валютам должны быть унифицированы. Операции платежных систем должны быть прозрачными для регуляторов и налоговых органов. В противном случае естественными являются ограничения для таких платежных систем. К сожалению, операции с биткоинами выглядят непрозрачными, в них могут быть вовлечены криминальные структуры.

Перспективы развития биткоинов в Беларуси:

- криптовалюта может существенно снизить затраты на обеспечение транзакций;
- биткоин и сопутствующие технологии помогут существенно снизить уровень мошенничества в области электронной коммерции;
- пользователи существенно сократят свои затраты на совершение финансовых операций;
- многие сферы претерпят значительные улучшения благодаря прозрачности, упрощению (удешевлению) процедур.

Юридического статуса в нашей стране эта криптовалюта не имеет, при том что каждый желающий может попробовать зарабатывать биткоины сам, расплачиваться ими в Интернете и менять их на реальные валюты.

А.А. Перещук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук К.И. Жукова

ПРОБЛЕМА МОЛОДЕЖНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Важность изучения проблемы состоит в том, что молодое поколение — это основа нашего будущего. В условиях социально-экономического кризиса в нашей стране уровень благосостояния молодого поколения часто оказывается относительно ниже, чем у других групп населения.

Молодые люди составляют 23 %, однако, будучи более энергичными, обучаемыми, оптимистичными и уверенными в собственных силах, они особенно уязвимы перед лицом житейских проблем, в частности, они испытывают большие трудности при поиске работы и дальнейшем трудоустройстве.

В декабре 2015 г. уровень безработицы среди молодежи достиг 26,7 %, а это значит, что каждый четвертый не может найти себе работу.

По итогам исследований причинами высокой безработицы среди молодежи являются:

- отсутствие системы распределения выпускников высших учебных заведений на рабочие места в соответствии с полученной специальностью;
- низкая конкурентоспособность молодых людей, обусловленная высокими затратами на их адаптацию и рисками работодателей при их найме;
- нежелание работодателей принимать на работу молодых, как правило, неопытных работников;
- высокие требования молодых к оплате труда;
- отсутствие достаточной программной и финансовой основы в деятельности службы занятости по трудоустройству молодых людей и т.д.

Для предотвращения данной проблемы особое внимание необходимо уделять информированности молодежи о положении на рынке труда. Нецелесообразно готовить специалиста, который выпустившись из высшего учебного заведения, не сможет найти применение своим знаниям и навыкам, полученным в ходе обучения. Как показывает практика, даже высококвалифицированные молодые люди в настоящее время не имеют возможности найти применение своих знаний и в итоге теряют квалификацию.

Необходимо создавать и сохранять рабочие места для молодых людей; увеличивать число предприятий, сотрудничающих с центром занятости населения, что позволит значительно разнообразить набор вакансий, а центрам занятости предлагать выпускникам образовательных учреждений стажировку на предприятиях и организа-

циях, предоставлять субсидии работодателям, трудоустраивающим молодежь.

Анализируя проблему молодежной безработицы, можно сделать вывод, что основной путь преодоления социальной напряженности на рынке труда молодежи — формирование нормативно-правовой и финансовой базы единой комплексной системы социально-профессиональной ориентации и адаптации молодежи как составной части политики развития человеческих ресурсов, где были бы задействованы все заинтересованные стороны.

Литература

Безработица молодежи в Европе [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://voprosik.net/bezrabotica-molodezhi-v-evrope/>. — Дата доступа: 28.12.2015.

Рынок труда и безработица в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/zanyatost-i-bezrabotitsa/index.php/. — Дата доступа: 25.01.2016.

А.С. Приставко
В.С. Ломакина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.В. Жабенок

МОЛОДЫЕ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ: СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Молодежь — движущая сила общества, которая во многом определяет будущее государства, в том числе ее экономическое развитие и мировой статус. Это крайне важный и актуальный вопрос: современный мир динамичен; процессы, протекающие в нем, усложняются.

Объект работы — социальная политика, проводимая государствами в отношении студентов.

Цели работы:

- изучить положение и возможности студентов в разных странах;
- проанализировать явление «инвестиций в образование»;
- сделать выводы, применимые к Республике Беларусь.

По индексу уровня образования Беларусь занимает 21-е место, находясь впереди таких стран, как Франция, Россия и Китай. Тройка лидеров — Австралия, Новая Зеландия и Норвегия [1].

В основу анализа явления инвестиций в образование легли следующие статистические данные: расходы на образование в процентах от ВВП в 2000–2002 гг. [2] и прирост ВВП за 2002–2012 гг. Именно такой временной лаг воздействия инвестиций на экономику был выбран в

связи с тем, что средний срок обучения в высших учебных заведениях составляет около 5 лет, а полноценно раскрывают свои способности и возможности, находят постоянное место работы и т.п. бывшие студенты приблизительно через 5–6 лет после окончания вузов.

Регрессионный анализ (см. рисунок) показал, что, в среднем по разным странам мира примерно 10 % прироста ВВП обуславливается инвестициями в образование.

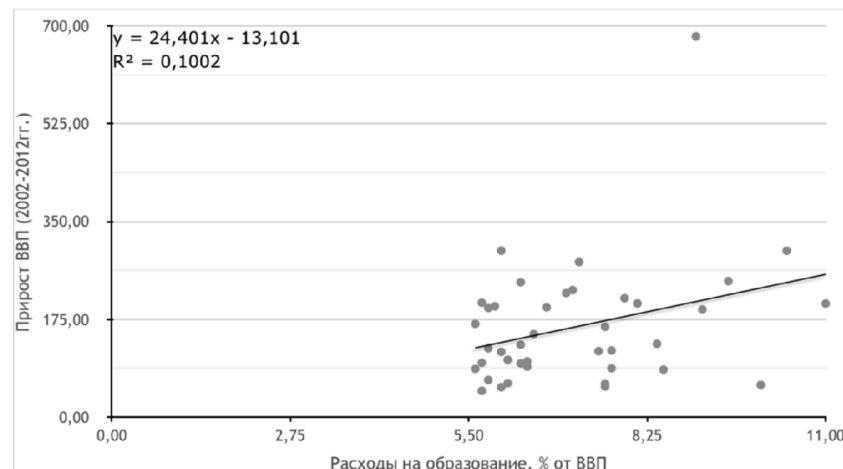


График зависимости прироста ВВП от расходов на образование, % ВВП

Кроме того, изучаемые страны были разделены на три группы по уровню дохода населения. Во всех трех случаях сложилась разная картина, но в итоге стала очевидна следующая закономерность: чем выше уровень развития экономики (индикатором которого являются доходы населения), тем меньший эффект оказывают инвестиции в образование. Объяснением этому — распространенный в экономике фактор убывающей предельной доходности инвестиций.

На основе анализа данных и сравнения положения студентов в разных странах [3] сделан следующий вывод: в целом, высшие учебные заведения Республики Беларусь почти по всем пунктам соответствуют международным стандартам, следовательно, остается только работа по реализации имеющегося потенциала.

Литература

1. The Legatum Prosperity Index [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.prosperity.com/#!/explore-data?opts=2Ekxmx-Ulx3y1>. — Дата доступа: 03.04.2016.

2. Расходы на образование стран мира [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://iformatsiya.ru/tab1/463-rasxody-na-obrazovanie-stran-mira.html>. — Дата доступа: 03.04.2016.

3. Ткачева, В. Чем живут студенты по всему миру / В. Ткачева. — Режим доступа: <http://www.segodnya.ua/life/education/chem-zhivut-studenty-po-vsemu-miru-pochti-vse-zovut-halyavu-i-boryutsya-za-granty-587674.html>. — Дата доступа: 03.04.2016.

К.А. Руткова
К.А. Труханович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Э.В. Коломыс

СИСТЕМА ПЛАТНЫХ ДОРОГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Необходимость введения платных автомобильных дорог объясняется в основном двумя причинами: во-первых, не изменяя уровень бюджетного финансирования, можно резко увеличить пропускную способность в местах перегруженной инфраструктуры, во-вторых, не ликвидируя бесплатные дороги, предоставить на платных трассах высокий уровень безопасности и комфорта.

Беларусь не обладает большим количеством природных ресурсов, поэтому ее транзитный потенциал — один из источников пополнения госбюджета.

Пользователи платных дорог готовы платить только за те дороги, которые способны обеспечить качественное движение. С другой стороны, компании, инвестирующие денежные средства в систему платных дорог, требуют от своих вложений окупаемости. В этой связи платными становятся только те дороги, где наблюдается увеличивающийся грузопоток.

Размер платы в нашей стране достаточно высок и зависит от категории транспортного средства и пройденного расстояния, тогда как в ЕС размер оплаты зависит не только от расстояния, но и от времени суток, типа дороги.

С 1 августа 2013 г. в Беларуси начала функционировать национальная электронная система взимания платы за проезд по платным дорогам под торговой маркой BelToll. Расплачиваться можно наличными денежными средствами, банковскими платежными карточками, топливными картами. Но в системе оплаты выявились и некоторые недостатки: большое количество неисправных бортовых устройств, высокие тарифные ставки оплаты, возможность приобретения топливных карточек только на АЗС «Белнефтехим», уведомление о зачислении штрафа приходит с опозданием. Система оплаты совершенствуется с учетом желаний клиентов: оплата штрафа для зарубежных клиентов на месте, появление дополнительных стационарных пунктов контроля, выпуск новой расширенной версии карт платных дорог.

П.С. Рыбьякова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук А.М. Филиппов

УКЛОНЕНИЕ ОТ УПЛАТЫ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ

В Республике Беларусь периодически изменяется ставка налога на прибыль, что влияет на стимулы для субъектов хозяйствования к оптимизации налогов. Тема исследования является, таким образом, актуальной.

Цель работы — исследование налога на прибыль в частных и государственных предприятиях и виды уклонения от него.

Если налоговые ставки слишком высоки, у многих предприятий возникает желание сократить налогооблагаемую базу в рамках действующего законодательства, а также путем использования незаконных способов.

Уклонение от уплаты налога на прибыль происходит законным путем в форме некоторых уловок (полезные резервы, «выгодные» убытки, «раздутая» аренда и эксплуатация, приглашение маркетолога, «не просто форма, а экономия», «ученье — свет, а неученье — ...налоги», амортизацию — в расходы) и незаконным путем (сокрытие или занижение налоговой базы, внесение в налоговую декларацию заведомо ложных сведений, уклонение от представления налоговой декларации).

При практическом изучении были взяты две «Декларации налога на прибыль»: частного предприятия А и государственного предприятия Б, а также документы, которые сопровождали сделки (накопительные ведомости, акты списания, квитанции на электричество, ведомости заработной платы). При проверке документов было выявлено, что частное предприятие А уклоняется от уплаты налога на прибыль путем незаконного и документально не подтвержденного увеличения затрат.

По результатам исследования предложено решение проблемы уклонения от уплаты налога на прибыль. Налоговая ставка на прибыль исчисляется в процентах, т.е. чем больше прибыль, тем больше налог с этой прибыли. Тем самым обусловлено сокрытие прибыли различными путями. Предложение: установить налог на прибыль в базовых величинах, в зависимости от ранга прибыльности предприятия. Прибыльность в свою очередь предлагается ранжировать в зависимости от сферы деятельности, экономики региона и др.

Таким образом, налог будет взиматься в примерно одинаковом размере с каждого предприятия и будет зависеть от прибыли, получаемой предприятием, и базовой величины, установленной государством.

В продолжение научно-исследовательской работы предполагается разработка ранжированной системы исчисления налога на прибыль, т.е. определение предельных границ прибыли, установление размера налога на прибыль, исследование экономик регионов для ранжирова-

ния прибыльности. Также предполагается исследование возможности использования данной системы налогообложения применительно к другим видам налогов.

Литература

Артемьева, А. Н. Оптимизация налогообложения / А. Н. Артемьева // Налоговый вестн. — 2009. — № 6. — С. 166–168.

Сахчинская, Н. С. Оптимизация налогооблагаемой базы при помощи учетной политики предприятия / Н. С. Сахчинская // Бизнес в законе. — 2010. — № 1. — С. 238–241.

Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) [Электронный ресурс] // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

Практическая бухгалтерия. — № 4. — Апрель 2007.

А.Т. Сильчукова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук М.Н. Базылева

ПЕНСИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОБОСНОВАННОСТЬ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА

Сегодня реформирование пенсионной системы Республики Беларусь является одной из самых актуальных тем в обществе. Президент Республики Беларусь Александр Лукашенко 11 апреля 2016 г. подписал Указ № 137 «О совершенствовании пенсионного обеспечения». Указом предусматривается с 1 января 2017 г. поэтапное ежегодное повышение на 6 месяцев общеустановленного пенсионного возраста до достижения мужчинами 63 лет, женщинами — 58 лет; аналогичное увеличение (на 3 года за 6 лет) возраста, дающего право на льготные трудовые пенсии и пенсии за выслугу лет. Возникает вопрос: является ли повышение пенсионного возраста экономически обоснованным?

На сегодняшний день пенсионные системы в большинстве случаев являются сочетанием распределительной и накопительной пенсионных систем. Причем если в одних государствах главный акцент делается на государственное финансирование пенсионной системы, в других, наоборот, основу составляют пенсионные накопления самих граждан.

В Республике Беларусь действует распределительная пенсионная система, в основе которой лежит принцип солидарности поколений, — средства, полученные за счет налогов от работающих граждан, идут на выплату текущих пенсий. Эффективность применения такой системы зависит от демографической ситуации, размера средней заработной платы и налоговой системы.

Оценивая состояние пенсионной системы Республики Беларусь, можно сделать общий вывод о том, что действующая распределительная система не справляется с главным вызовом XXI в. — старение населения. Результатом развития экономики, политики, а также медицины стало повышение уровня продолжительности жизни. Мировым лидером по этому показателю является Япония, где средняя продолжительность жизни составляет 83,6 года. Для Беларуси этот показатель — 69,9 года. Изменения в продолжительности жизни повлияли на соотношение количества трудоспособного и нетрудоспособного населения. В 2006 г. доля лиц старше трудоспособного возраста составляла 21,5 %, то к 2015 г. она повысилась до 24,3 %. В 2006 г. на 1 пенсионера приходилось 2,87 работающих, а в 2015 — уже 2,4. Сокращение трудоспособного населения будет наблюдаться и дальше, что без внесения изменений в пенсионное обеспечение приведет к дефициту бюджета. Из всех возможных вариантов решения именно повышение пенсионного возраста является наиболее рациональным вариантом реформы, так как оно приводит к нормализации соотношения трудоспособного и нетрудоспособного населения.

Таким образом, пенсионный возраст в XXI в. уже выступает не показателем трудоспособности, а механизмом приведения пенсионных систем к равновесию.

Литература

Мясникович, М. В. Государственное регулирование социальной сферы : учеб. пособие / М. В. Мясникович, Н. Б. Антонова, О. Б. Хорошко. — Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2011. — 231 с.

Лузгина, А. Н. Пенсионное обеспечение как составляющая системы социального страхования / А. Н. Лузгина // Банк. весн. — 2015. — № 11. — С. 41–48.

Мойсейчик, Г. И. Стратегия и тактика пенсионной реформы для Беларуси / Г. И. Мойсейчик // Банк. весн. — 2015. — № 11. — С. 49–55.

Численность и естественный прирост населения [Электронный ресурс] // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/demografiya_2/g/chislennost-i-estestvennyi-prirost-naseleniya. — Дата доступа: 20.03.2016.

Рейтинг стран мира по уровню продолжительности жизни [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. — Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/life-expectancy-index/life-expectancy-index-info>. — Дата доступа: 20.03.2016.

К.А. Чурикова
БГУУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.В. Корнеевец

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Образование, прежде всего высшее, является одной из форм инвестиций в человеческий капитал. Причем реальный размер этого капитала определяется не столько наличием соответствующего диплома, сколько приобретенными знаниями, умениями, навыками и социальными связями. Исходя из исследования, проведенного Гэри Беккером, который первоначально занимался изучением экономической эффективности высшего образования, заработную плату работника с определенным уровнем подготовки можно представить как состоящую из двух основных частей. Первая — это то, что он получал бы, имея «нулевой» уровень образования. Вторая — это доход на «образовательные инвестиции», которые складываются из прямых затрат на обучение и «упущенных заработков», т.е. доходов, не полученных учащимся за время учебы. Например, определив отдачу от вложений в учебу как отношение доходов к издержкам, Г. Беккер получил среднюю для США цифру в 12–14 % годовой прибыли [1].

Коэффициенты говорят о практически полном охвате населения образовательными программами начального и среднего уровней. Такая ситуация сохраняется на протяжении десятилетий, что делает применение данных коэффициентов для анализа динамики человеческого капитала Беларуси бесперспективным [2, с. 11]. К примеру, коэффициент успешного завершения начального образования в Беларуси в 2014 г. составил 99 %. Очевидно, что по причине обязательного среднего (базового) образования данные показатели никак не отражают эффективности трудовых ресурсов в Беларуси.

Наиболее информативным индикатором для Беларуси является доля населения с высшим образованием. Согласно данным Национального статистического комитета в 2014 г. она была наивысшей у населения республики в возрасте 25–29 лет и составляла 31,1 %. Применение индикаторов системы образования для оценки человеческого капитала непосредственно в Беларуси имеет дополнительные недостатки. Они связаны с особенностями системы образования, которая была сформирована в советское время. С одной стороны, она предполагает обязательное покрытие населения образовательными программами среднего уровня. С другой стороны, существует проблема финансирования высшего образования, что отражается на качестве материальной базы и учебных программах [2, с. 12].

Как следствие, показатели человеческого капитала, получаемые на основании индикаторов системы образования, могут оказаться ис-

каженными и плохо отражать реальную ситуацию в экономике. Такое положение дел вызывает множество дискуссий о реформировании системы образования.

Единственным показателем в системе образования, который может служить индикатором человеческого капитала в Беларуси, является доля населения с высшим образованием, который определяет динамику другого важного показателя, — средней продолжительности обучения. При этом однозначный вывод об увеличении человеческого капитала с ростом продолжительности обучения сделать без дополнительного анализа невозможно, так как получение высшего образования необязательно ведет к увеличению производительности труда. Низкое качество образования или несоответствие выпускаемых вузами специалистов потребностям рынка труда могут не приводить к повышению производительности труда.

Литература

1. Данилов, В. В. Человеческий капитал как стратегический ресурс транзитивной экономики Республики Беларусь / Н. С. Данилова, В. В. Данилов // Устойчивое развитие: общество, образование, технологии, экономика, экология : материалы Европейского семинара (Минск, Республика Беларусь, 16–19 марта 2011 г.) / Гос. ин-т упр. и социал. технологий. — Минск, 2011.

2. Чубрик, А. Отдача на образование и оценка человеческого капитала в Беларуси / А. Чубрик, Г. Шиманович. — Минск : Belarusian Institute for Strategic Studies, 2013. — 39 с.

СЕКЦИЯ 2

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А.Ю. Андралойть

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.Н. Шкутько

ОСОБЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ КИТАЯ: ОПЫТ СОЗДАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ В БЕЛАРУСИ

Особые (свободные) экономические зоны (далее — ОЭЗ) стали активной реальностью во многих странах мира. Они играют важную роль в реализации принципов открытости экономики, стимулировании торговли, внешних и внутренних инвестиций.

Создание ОЭЗ ведет к привлечению прямых иностранных инвестиций, росту экспорта, получению новых технологий, созданию новых рабочих мест, росту производства, развитию регионов, росту валютных поступлений.

В настоящее время в мире существует более 2000 ОЭЗ из более чем 120 стран мира. Общий объем экспорта всех ОЭЗ составляет порядка 850 млрд дол. США, в них занято 68 млн человек. 30 % мирового товарооборота приходится на ОЭЗ. В развивающихся странах через ОЭЗ в экономику поступает от 30 до 80 % всех иностранных инвестиций [1].

Наибольшее количество ОЭЗ создано в Азии — 280, лишь в Китае функционируют 190 ОЭЗ.

ОЭЗ стали создаваться в Китае в 1970-е гг. в восточной части страны в регионах с неразвитой инфраструктурой, так, Шеньчжень был рыбацкой деревней, Хайнань — островом с неразвитой инфраструктурой. В настоящее время через ОЭЗ Китая проходит половина внешнего товарооборота страны.

Такой успех был достигнут в первую очередь тем, что Китай вкладывал 50–80 млн дол. США в обустройство 1 км² ОЭЗ (в мире — 45 млн дол. США).

На 6 крупнейших ОЭЗ Китая, занимающих лишь 0,62 % территории страны, приходится 6 % ВВП, 20 % экспорта и импорта, 30 % привлеченных инвестиций Китая [2, с. 66].

К успешным примерам ОЭЗ Китая относится Шанхай, где резидентам предоставлены налоговые льготы (подходный налог снижен до 15 %, 2 года не выплачивается корпоративный налог, последующие 3 года его ставка снижена вдвое). Но основной упор делается на снятие ограничений доступа иностранного капитала на рынок (даже в сферах традиционно государственного влияния, например, медицин-

ские учреждения со 100 %-м иностранным капиталом), на развитие финансовой деятельности, страхования, логистики, транспорта, телекоммуникаций (разрешено создавать банки со 100 %-м иностранным капиталом и др.) [3, с. 66].

Сравнивая ОЭЗ Китая и Республики Беларусь, необходимо отметить, что если в Китае ОЭЗ создавались в неразвитых регионах, то в Беларуси — в областных центрах, для Беларуси были характерны недостаточные вложения в развитие инфраструктуры ОЭЗ, также все зоны в Республике Беларусь являются комплексными, без определенной специализации. Если в ОЭЗ Китая упор делается на развитие финансового сектора, то в Беларуси льготный режим не распространяется на банковскую, страховую деятельность, операции с ценными бумагами. В Китае наблюдается более тесная связь резидентов ОЭЗ с научными центрами и учебными учреждениями.

Таким образом, можно выделить следующие направления совершенствования белорусских ОЭЗ: усиление взаимосвязи ОЭЗ с научными учреждениями, специализация деятельности ОЭЗ, развитие сферы услуг, распространение льгот ОЭЗ на финансовый сектор, помимо промышленной развитие также жилищной, рекреационной инфраструктуры.

Литература

1. Free Trade Zones: Learning from Global Experiences [Electronic resource] // FTZ Seminar. — Mode of access: http://www.jointokyo.org/files/cms/news/pdf/Mr._Rasagam_WB.pdf. — Date of access: 20.02.2016.
2. Чао, В. Особенности экономического роста СЭЗ Китая / В. Чао // Экономика и управление. — 2013. — № 2. — С. 65–68.
3. Чао, В. Свободные экономические зоны Китая / В. Чао // Валютное регулирование и ВЭД. — 2014. — № 12. — С. 51–57.

А.В. Антипов
К.И. Луневич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.Н. Шкутько

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БЕЛОРУССКОГО ЭКСПОРТА

В структуре экономики Республики Беларусь экспорт составляет более половины ВВП. В белорусском экспорте традиционно преобладают товары. Следовательно, вопрос оценки конкурентоспособности белорусских товаров является весьма актуальным [1].

Целью исследования является анализ конкурентоспособности экспортных товаров Республики Беларусь. Для этого необходимо оп-

ределить, какие экспортные товары обладают конкурентными преимуществами.

На сегодняшний день одним из самых известных индексов для определения уровня конкурентоспособности товаров является индекс Лафея, который определяется следующим образом:

$$LFI_j^i = 100 \left(\frac{x_j^i - m_j^i}{x_j^i + m_j^i} - \frac{\sum_{j=1}^N x_j^i - m_j^i}{\sum_{j=1}^N x_j^i + m_j^i} \right) \frac{x_j^i + m_j^i}{\sum_{j=1}^N x_j^i + m_j^i}, \quad (1)$$

где LFI_j^i — индекс Лафея для i -го товара страны j , x_j^i — экспорт i -го товара из страны j , m_j^i — импорт i -го товара в страну j , N — число видов товаров [2].

Положительные значения индекса Лафея указывают на существование конкурентных преимуществ. Чем больше значение коэффициента, тем выше уровень конкурентоспособности. Напротив, отрицательные значения свидетельствуют о неконкурентоспособности продукции [2].

В исследовании были рассчитаны значения индекса для Республики Беларусь по всем группам товаров ТН ВЭД по 4 знакам. Для анализа были выбраны те товарные позиции, по которым значение индекса было больше или равно 1. Результаты представлены в таблице [3; 4].

Товарные позиции со значением индекса Лафея, превышающим 1

Показатель	Код ТН ВЭД	2011	2012	2013	2014	2015
Молоко и сливки	0402	0,62	0,60	1,12	0,91	0,86
Сыры и творог	0406	0,66	0,61	0,84	1,05	1,12
Нефть и нефтепродукты	2710	11,54	10,36	13,40	13,26	12,08
Удобрения калийные, минеральные или химические	3104	4,03	2,89	2,74	3,69	4,99
Материалы смазочные	3403	0,36	1,06	−0,05	−0,07	−0,06
Растворители и разбавители сложные органические	3814	1,88	3,01	−0,01	−0,01	−0,01
Тракторы	8701	1,47	1,27	1,19	1,08	0,83
Моторные транспортные средства для перевозки грузов	8704	1,53	1,49	0,94	1,13	0,98

Наиболее конкурентным является экспорт нефтепродуктов. По данной группе товаров индекс Лафея имеет наибольшее значение. Сравнительно конкурентным является также экспорт калийных удобрений, для которых индекс Лафея на протяжении 5 лет принимал значение от 2 до 5. Кроме того, Беларусь имеет сравнительные преимущества по экспорту сгущенного молока и сливок, сыров, творога, тракторов, транспортных средств для перевозки грузов.

В целом проведенный анализ свидетельствует, что основными конкурентоспособными белорусскими товарами на мировых рынках являются нефтепродукты и калийные удобрения, а также сгущенное молоко и сливки, растворители, смазочные материалы, транспортные средства для перевозки грузов. Остальная продукция, для которой значение индекса Лафая превышает 1, менее конкурентоспособна, но пользуется спросом как на рынках СНГ, так и за его пределами. Для сокращения доли неконкурентоспособной продукции необходимо стимулировать экспорт продукции с высокой добавленной стоимостью, оптимизировать отраслевую структуру производства, а также снижать импортоспособность экономики.

Литература

1. Итоги внешней торговли [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export/export/f310cd3bc11c50ee.html>. — Дата доступа: 27.03.2016.
2. Хусаинов, Б. Д. Страновые предпочтения и конкурентоспособность экспорта Беларуси, Казахстана и России / Б. Д. Хусаинов // Евразийская экономическая интеграция. — 2011. — № 2. — С. 85–87.
3. Commodity Trade Statistics Database [Electronic resource] // United Nations Statistics Division. — Mode of access: <http://comtrade.un.org/db/>. — Date of access: 26.03.2016.
4. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности ЕАЭС [Электронный ресурс] // Евразийская экономическая комиссия. — Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/catr/ett/Pages/default.aspx>. — Дата доступа: 29.03.2016.

Ю.Г. Астапович
БелГУТ (Гомель)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.В. Морозова

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ЕАЭС

В настоящее время в мире каждое государство осуществляет регулирование, стимулирование или ограничение различных областей международных экономических отношений, в том числе внешнеторговой деятельности, с помощью инструментов таможенно-тарифного регулирования (ТТР). Анализируя систему государственного регулирования внешнеэкономической деятельности (ВЭД), необходимо отметить, что внешнеторговая политика Республики Беларусь направлена прежде всего на защиту внутреннего рынка страны, что выражается в использовании методов ТТР [2, с. 7].

Для совершенствования существующей системы ТТР необходимо проведение модернизации таможенного законодательства, которое должно соответствовать международному праву в области ТТР и включать минимальное количество отсылок на национальное законодательство, что позволит в значительной степени сократить временные издержки, возникающие при поиске нужного нормативного правового акта [1, с. 21–31]. Кроме того, для ускоренного осуществления таможенных операций необходимо введение системы автоматического принятия решения о выпуске товаров, с помощью которой решения будут приниматься с использованием компьютера без вмешательства инспектора.

На сегодняшний день в Беларуси функционирует национальная автоматизированная информационная система электронного декларирования (НАСЭД), используемая в 9 из 10 случаев при выпуске товаров, преимуществом которой является ее доступность. Так, находясь в любом населенном пункте, лица имеют равные возможности для подачи декларации в электронном виде. Дальнейшее развитие НАСЭД способствует увеличению транзита через территорию стран—участниц ЕАЭС, пополнению республиканского бюджета, позволит проводить контроль документов до фактического прибытия товаров в таможенный орган, в результате чего сократится время простоя товаров и транспортных средств. Также развитие системы электронного декларирования предотвратит коррупцию и снизит влияние ошибок и злоупотреблений при проведении таможенных операций из-за отсутствия личного контакта должностного лица таможенного органа и участников ВЭД.

Вместе с тем необходимо создать возможность для использования таможенными органами информационных систем других государственных органов стран—участниц ЕАЭС для получения всей необходимой для осуществления мер ТТР информации, а в дальнейшем создать единую информационную базу данных ЕАЭС, внедрение которой в значительной степени сократит время, требуемое для получения необходимой информации. Так, хранение всех документов в базе данных таможенного органа позволит ускорить процедуру таможенного оформления, а также уменьшить документооборот, что будет способствовать снижению уровня потерь при использовании документации в письменной форме. Также следует осуществлять автоматический выпуск товаров при их помещении под все таможенные процедуры, максимально осуществлять таможенный контроль после выпуска товаров и продолжать дальнейшую работу, направленную на развитие применяемых систем и технологий с целью сокращения издержек участников ВЭД.

Таким образом, согласованная и комплексная работа по реализации предложенных направлений позволит на качественно новом уровне выполнять основные функции таможенно-тарифных мер регулирования внешней торговли, основанной на применении таможенных правил,

пошлин и процедур, и тем самым оказывать благоприятное воздействие на экономическое положение государств—участников ЕАЭС.

Литература

1. *Новиков, В. Е.* Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности и таможенная стоимость : учеб. пособие / В. Е. Новиков, В. Н. Ревин, М. П. Цветинский. — 2-е изд. — М. : Лаборатория знаний, 2016. — 349 с.

2. *Покровская, В. В.* Таможенно-тарифное регулирование внешне-торговой деятельности : учебник / В. В. Покровская. — М. : Экономистъ, 2006. — 672 с.

Ю.Н. Ахремчик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.Б. Вашкевич

ТОРГОВЛЯ И ЭКОЛОГИЯ: ЧУДЕСА «ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГРАВИТАЦИИ»

В исследованиях вопросов влияния международной торговли на состояние окружающей среды широкое применение находит гравитационная модель международной торговли.

Стандартная гравитационная модель международной торговли между двумя странами показывает, что их взаимный торговый оборот находится в прямой зависимости от доходов стран и в обратной — от расстояния между ними и иных барьеров, таких как политика государств-партнеров в различных сферах, географические или культурные особенности стран.

Уравнение расширенной гравитационной модели, учитывающее фактор государственной экологической политики, имеет следующий вид [1, с. 16]:

$$\ln EXPORT_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_{it} + \beta_2 \ln GDP_{jt} + \beta_3 \ln DIST_{it} + \beta_4 \ln POP_{it} + \\ + \beta_5 \ln POP_{jt} + \beta_6 EPI_{it} + \beta_7 EPI_{jt} + \beta_8 BTA_{ijt} + \beta_9 WTO_{ijt} + U_{ijt},$$

где $\ln$ — натуральный логарифм; подстрочный индекс i обозначает страну-экспортера, j — страну-импортера, t — временной период. В ней учитываются такие факторы, как стоимость экспорта, ВВП стран, местоположение, численность населения, наличие торговых соглашений между странами, членство стран—партнеров во Всемирной торговой организации. Жесткость экологического регулирования в странах характеризуется индексом экологической эффективности (EPI), рассчитываемым Центром экологической политики и права при Йельском университете. β_n , $n = 1, \dots, 8$ — коэффициент эластичности экспорта по факторам, влияющим на торговые отношения между странами.

На основе модели была проведена оценка влияния экологической политики на развитие торговых отношений Республики Беларусь и Федеративной Республики Германия за 2010–2014 гг. Данные для расчетов были взяты из UNCTAD Handbook of Statistics, Статистического ежегодника Республики Беларусь, базы данных Всемирного банка и отчетов Центра экологической политики и права при Йельском университете [2–5].

На основе результатов расчетов были сделаны следующие выводы. Рост ВВП Беларуси на 1 % может привести к росту экспорта в Германию на 42 %, рост ВВП Германии на 1 % — к росту импорта из Беларуси на 2,5 %. Рост населения Беларуси на 1 % может привести к снижению экспорта в Германию на 0,5 %, рост населения Германии на 1 % — к снижению импорта из Беларуси на 1,6 %. Увеличение индекса экологической эффективности Беларуси на 1 % может спровоцировать рост экспорта в Германию на 5,3 %, а его увеличение для Германии на 1 % — падение импорта из Беларуси на 11 %.

Таким образом, Беларуси в торговле с развитыми странами экологическому фактору необходимо уделять особое внимание, поскольку в них вопросам экологии отводится первостепенная роль. Экологизация экономики, а следовательно, и экспорта для Беларуси актуальна и может рассматриваться как конкурентное преимущество страны на международной торговой арене.

Литература

1. *Wijesinghe, W. P. A. S.* Effects of environmental regulations on South Asian food and agricultural exports: A gravity analysis / W. P. A. S. Wijesinghe. — Bangkok : ARTNeT Secretariat, 2014. — 27 p.

2. UNCTAD Handbook of Statistics / UNCTAD — United Nations Conference on Trade and Development. — New York : UN/UNCTAD, 2015. — 398 p.

3. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2015 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2015. — 524 с.

4. EPI 2012: Environmental Performance Index — Full Report / Yale Center for Environmental Law and Policy. — New Haven, CT: The Yale Centre for Environmental Law and Policy, 2012. — 99 p.

5. 2014 Environmental Performance Index — Full Report / The Yale Centre for Environmental Law and Policy. — New Haven, CT: The Yale Centre for Environmental Law and Policy, 2014. — 180 p.

В.М. Бутанова
М.В. Кравцова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор экономических наук Г.А. Короленок

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ БАНКИ И БАНКОВСКАЯ ТАЙНА: ИГРА НА ВЫЖИВАНИЕ

Транснациональные банки — крупные кредитно-финансовые учреждения с широкой сетью заграничных представительств, филиалов и отделений.

Банковская тайна — юридический принцип в законодательствах некоторых государств мира, в соответствии с которым банки и иные кредитные организации защищают сведения о вкладах и счетах своих клиентов и корреспондентов.

Принцип банковской тайны считается одним из основных аспектов частного банковского обслуживания в Швейцарии. Он позволяет уклоняться от уплаты налогов благодаря разграничению понятий «уклонение от уплаты налогов» (неуказание сведений о доходах или имуществе в налоговой декларации) и «налоговое мошенничество» (подразумевает фальсификацию документов). Правительства обвиняют принцип банковской тайны в том, что он является одним из основных инструментов теневой экономики и организованной преступности.

В 2009 г. США выдвигают обвинения против Швейцарии. Американская налоговая служба угрожает отзывом лицензии отделению банка в случае несогласия раскрыть имена американских налогоплательщиков, имеющих счета в швейцарских банках. Разворачивается расследование, в результате которого IRS (налоговое управление США) подает судебный иск на получение информации о 52 000 клиентах банка. Несмотря на поддержку клиентов Федеральным административным трибуналом, правительства США и Швейцарии приходят к окончательному соглашению, в соответствии с которым банки частично раскрывают имена своих американских клиентов.

На данный момент швейцарское правительство, парламент и отраслевое «Банкирское объединение» выступают за то, чтобы превратить страну в современный, прозрачный мировой финансовый центр.

В 2014 г. швейцарское законодательство предпринимает ряд важных шагов для исправления ситуации. Более 80 банков подписывают соглашения с Министерством юстиции США, в рамках которых банки раскрывают схемы ухода от налогов.

В мае 2015 г. Швейцария и Евросоюз подписывают соглашение о «налоговой прозрачности», позволяющее сторонам начиная с 2018 г. автоматически обмениваться банковской информацией. В свою очередь страны ЕС будут предоставлять швейцарским властям аналогичную информацию о гражданах Швейцарии.

В начале декабря 2015 г. Швейцария официально закрепляет кончину банковской тайны для иностранных клиентов.

Литература

International Banking [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://internationalbanker.com>. — Дата доступа: 02.04.2016.

Forbes [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.forbes.com>. — Дата доступа: 03.04.2016.

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

Научный руководитель — Ю.Б. Вашкевич

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ДОЛИ ТОВАРОВ И УСЛУГ В МИРОВОЙ ТОРГОВЛЕ

С глобализацией мирового хозяйства и взаимным проникновением национальных экономик все более вводящими в заблуждение становятся статистические данные мировой торговли. Это вызвано тем фактом, что если еще два-три десятилетия назад определить страну происхождения товара не составляло труда, то теперь же товары, поступающие в сферу внешней торговли, являются результатом совместного взаимодействия многих поставщиков промежуточных компонентов и услуг, находящихся в разных странах мира.

Принципиальной проблемой является корректная оценка потоков товаров и услуг. Традиционные статистические данные международной торговли отражают поток товаров и услуг каждый раз, когда они пересекают границу. Результатом является проблема «двойного счета» или «многократного счета». Это привело к необходимости поиска наилучшего способа организации статистической информации. В результате чего была создана база данных TiVA (от англ. Trade in Value Added — торговая добавленная стоимость), которая открыта для общего доступа с 2013 г. Из постсоветских экономик в базе данных TiVA представлены только три страны Балтии, а также Российская Федерация, Беларусь, Украина, Казахстан, а также другие страны СНГ на данном этапе в базе данных не представлены [1].

Подход TiVA является альтернативой оценки по валовым показателям, отражая результаты торговли между странами. При помощи данного метода прослеживается стоимость, добавленная производством каждой страны в производственных цепочках, которые стали доминирующей чертой современной мировой экономики. Согласно подсчетам экспертов ЮНКТАД 80 % мировой торговли связано с

международными производственными сетями, созданными ТНК, а 60 % — это непосредственно торговля промежуточными товарами и услугами, используемыми на различных стадиях производственного процесса [2].

Если рассматривать экспорт отдельных экономик, считается, что в среднем на услуги приходится 20 % совокупного экспорта страны, а на долю товаров — 80 %. Так, согласно подсчетам на основе данных 2014 г. [3], для развивающихся стран доля услуг в экспорте составляет 14,7 %, доля товаров — 85,3 %. Для стран с транзитивной экономикой 14,2 % приходится на услуги и 85,8 % — на товары. В развитых странах экспорт услуг имеет более значительный объем и составляет 26 % общего экспорта, соответственно на товары приходится 74 %. Однако применение методики расчета по валовым показателям приводит к искажению оценки вклада каждой отрасли в экспортные доходы экономики, поскольку каждая отрасль характеризуется различными значениями доли промежуточного импорта в валовом выпуске. Применение методики расчета по добавленной стоимости приведет к увеличению доли услуг в совокупном экспорте страны.

Таким образом, роль товаров и услуг в глобальных цепочках высокая. Однако эта область не изучена в полной степени, что связано с нехваткой экономических исследований и использованием лишь в ограниченной степени статистических данных. Дальнейшее рассмотрение данного вопроса поможет рассчитывать показатели экспорта и импорта в международной экономике, отражающие реальную картину торговли.

Литература

1. Measuring Trade in Value Added: An OECD-WTO joint initiative [Electronic resource] // Organisation for Economic Co-operation and Development. — Mode of access: www.oecd.org/sti/ind/measuringtradeinvalue-addedanoecd-wtojointinitiative.htm. — Date of access: 10.04.2016.
2. World Investment Report 2013: Global Value Chains [Electronic resource] // UNCTAD. — Дата доступа 14.04.2016.
3. UNCTAD Handbook of Statistics 2015 [Electronic resource]. — Mode of access: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdstat40_en.pdf. — Date of access: 28.04.2016.

М.А. Ивахненко

А.А. Сергачева

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.Б. Вашкевич

НЕСТАНДАРТНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ

Экономисты постоянно находятся в поисках индикатора, который поможет точно определить наступление очередного кризиса или рост рынка.

Классическими индикаторами рыночной экономики являются динамика ВВП, инфляция, платежный баланс — эти индикаторы иногда с опережением, а иногда с запаздыванием описывают ситуацию в экономике на текущий момент. Такие индикаторы имеют свои плюсы — их применение основывается на научной базе, они имеют числовое выражение и легко доступны для проведения анализа, благодаря эффекту масштаба хорошо отражают общие тенденции и т.д. Однако такие индикаторы не идеальны и имеют свои недостатки, поэтому наравне с общепринятыми индикаторами стали появляться «нестандартные», с помощью которых даже обычный человек может узнать об экономическом состоянии страны.

Один из важных индексов является Baltic Dry Index (BDI) — торговый индекс, ежедневно рассчитываемый Балтийской биржей. Индекс отражает стоимость перевозок сухого груза (уголь, руда, зерно и т. п.) морем по двадцати основным торговым маршрутам.

Индекс является одним из наиболее объективных индикаторов экономической активности, поскольку измеряет спрос на сырье в реальном времени, в то время как другие экономические показатели, например, данные по потребительским расходам или индекс потребительских цен, рассматривают то, что уже произошло. Кроме того, исследование BDI эффективнее анализа рыночных цен на сырье, где такие факторы, как эффект товаров-субститутов и фьючерсные контракты, затрудняют интерпретацию влияния изменений цен на сырье. Его также считают одним из косвенных индикаторов реальной экономической ситуации в мире.

Когда BDI растет, только владельцы судов, перевозящих грузы, получают дополнительную прибыль, в то время как владельцы груза увеличивают свои издержки на транспортировку, вследствие чего для покрытия этих издержек поднимают цену на продукцию, изготовленную из этого сырья.

Когда индекс снижается, выигрывают и производители, и потребители, потому что снижаются издержки, а следовательно, и цены для конечного потребителя. Однако существует обратная сторона: долгое и сильное снижение BDI означает, что спрос на перевозки сырья падает, что свидетельствует о сокращении производства в целом.

Всего за несколько месяцев до кризиса 2008 г. Baltic Dry рухнул на 90 %. Это при том что в индекс включены сухие грузы, например, уголь и железо, а также продовольственные товары, которые вплоть до обвала финансовой системы неуклонно дорожали. Именно поэтому Baltic Dry считают опережающим индикатором.

К нестандартным показателям также относятся:

- индикатор первого свидания: люди активнее ищут пару, когда экономическая ситуация ухудшается, когда они одиноки;
- индекс привлекательных официанток: чем слабее экономика, тем привлекательнее выглядят официантки. При устойчивом экономическом росте красавицы найдут работу получше;
- индикатор невестребованных трупов: из-за высоких расходов на похороны члены семьи не забирают тело умершего из морга, поэтому их оплачивает государство;
- индикатор губной помады: когда люди менее уверены в своем будущем, они переходят на более дешевые предметы роскоши;
- индикатор выпускников Гарварда: его суть заключается в том, что те отрасли, в которые идут больше 30 % выпускников данного учебного заведения, в ближайшее время испытают спад, в то время как отрасли, в которые идут менее 10 %, ожидает бурный рост.

Главное — помнить, что между индикаторами и экономикой должна быть устойчивая логическая связь. Не исключено, что выход Барселоны в четвертьфинал Лиги чемпионов может оказаться точным индикатором, прогнозирующим поведение фондового рынка, но на самом деле это всего лишь совпадение.

Литература

Нестандартные показатели экономических кризисов [Электронный ресурс] // Индикаторы экономических кризисов — Режим доступа: <http://take-profit.org/bloomberg-news/22048>. — Дата доступа: 25.03.2016.

Пятенко, С. В. Экономический кризис и личные финансы / С. В. Пятенко, Т. Ю. Сапрыкина. — М. : КноРус, 2009.

Е.В. Канаш
К.А. Швакель
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.Б. Вашкевич

ИНДУСТРИЯ 4.0. ВЫГОДЫ И ИЗДЕРЖКИ ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ

Четвертая промышленная революция, более известная как «Индустрия 4.0», получила свое название благодаря идеям немецких промышленников. Стоит заметить, что эта концепция не является

единственной, аналогичные программы запущены в Нидерландах, Франции, Великобритании, Италии, Бельгии и других странах.

Базисным принципом является идея Интернета вещей, что представляет собой подключение к Интернету предметов, которые благодаря этому могут взаимодействовать друг с другом или с внешней средой, собирать полезные данные и на их основе самостоятельно совершать действия и операции, без участия человека.

Ключевой темой Всемирного экономического форума, который состоялся в январе 2016 г. в Давосе, стала «Четвертая промышленная революция», а особое внимание уделялось последствиям ее реализации. Какие же изменения повлечет за собой развитие нового этапа мировой экономики?

В первую очередь изменения коснутся рынка труда. По данным исследования организаторов ВЭФ, к концу 2020 г. мировой рынок труда потеряет около пяти миллионов рабочих мест, две трети из которых административные и офисные должности.

А вот IT-специалисты окажутся в выигрыше. Благодаря развитию искусственного интеллекта и робототехники в мире появятся два миллиона новых вакансий. Предстоящие перемены негативно скажутся на занятости женщин, поскольку их заметно меньше среди представителей научно- и инженерно-технических специальностей и в сферах, связанных с математикой.

По данным авторов исследования, спрос на рабочую силу возрастет прежде всего в странах Юго-Восточной Азии, затем в Мексике и США. В Европе с более или менее высоким уровнем занятости может остаться Великобритания, во всех других странах число безработных будет расти.

Во-вторых, «Индустрия 4.0» способствует ускорению экономического роста. Этот рост будет обусловлен внедрением инноваций, появлением новых профессиональных ниш и ростом инвестиций. Так, ожидается, что к 2030 г. вклад «Индустрии 4.0» в мировой ВВП достигнет 15 трлн дол. в год. Кроме того, мировое хозяйство сможет экономить энергетических и прочих ресурсов на 1 трлн дол. в год.

В-третьих, очевидно, что уменьшение общей доли человеческого труда на фоне комплексного внедрения автоматизации серьезней всего скажется на развивающихся странах, где недостаток прорывных технологий до сих пор компенсировался недорогой рабочей силой. Крупное производство будет возвращаться в Европу и США, лишая развивающиеся страны важного промышленного ресурса. В связи с этим актуальной станет проблема перераспределения доходов. Открытым остается вопрос, захотят ли лидеры принимать меры по нивелированию этого неравенства.

Что касается Беларуси, то переход к новому этапу может стать причиной многих социальных и экономических проблем, поэтому для его эффективной реализации республике (как и другим странам с транзитивной экономикой, а также развивающимся странам) надо

уже сейчас начать перестраивать систему образования и подготовки специалистов, модернизировать инфраструктуру, чтобы создать новые рабочие места и разработать новое прогрессивное налоговое законодательство.

Литература

The Global Information Technology Report 2015: // World Economic Forum [Electronic resource]. — Mode of access: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_IT_Report_2015.pdf. — Date of access: 07.04.2016.

Internet Society's 2015 Global Internet Report [Electronic resource] // Internet Society. — Mode of access: http://www.internetsociety.org/globalinternetreport/assets/download/IS_web.pdf. — Date of access: 08.04.2016.

А.О. Качан
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е.К. Егорина

ПЕРСПЕКТИВЫ И ПУТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНФЛЯЦИОННОГО ТАРГЕТИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью антиинфляционной политики любого государства является не подавление инфляции любой ценой, а управление инфляционными процессами для достижения экономического роста, занятости, ценовой стабильности.

В современной мировой практике при выборе режима проведения денежно-кредитной политики широко используется понятие таргетирования, т.е. установления целевых ориентиров выбранных показателей, в качестве которых, как правило, выступают денежные агрегаты, валютный курс и темпы инфляции.

В последние годы в Беларуси в наиболее явном виде осуществлялась политика таргетирования валютного курса — относительно жесткая привязка национальной валюты к иностранной валюте. Однако после валютного кризиса 2011 г. неэффективность монетарной политики, основанной на фиксированном обменном курсе, в условиях белорусской экономики стала очевидной. Поэтому в настоящий момент актуальным стал вопрос смены режима таргетирования, и, основываясь на опыте других стран с переходной экономикой, в качестве альтернативы предлагается внедрить политику инфляционного таргетирования.

В целом инфляционное таргетирование можно охарактеризовать как режим монетарной политики, основанный на использовании прогноза инфляции в качестве промежуточного целевого ориентира. Центральный банк прогнозирует предстоящую динамику инфляции

и на основе этого прогноза задает количественно целевой ориентир по инфляции на планируемый период, не принимая на себя обязательств по достижению каких-либо других целевых ориентиров. По заявлению Дмитрия Калечица, в 2020 г. планируется переход к инфляционному таргетированию в Республике Беларусь [2].

Для того чтобы режим таргетирования инфляции смог работать, в Беларуси необходимо выполнение ряда требований. Во-первых, перейти на гибкий обменный курс (более гибкий, чем в настоящее время). Во-вторых, Национальный банк должен получить уровень независимости, достаточный для того, чтобы использовать инструменты монетарной политики таким образом, как будет необходимо для достижения цели по инфляции. В-третьих, следует отказаться от административного регулирования цен на многие товары и услуги, чтобы монетарная политика быстрее и в полной мере влияла на общий уровень цен в экономике. В-четвертых, необходимо максимально сократить кредитование в рамках государственных программ и осуществлять его только через созданный Банк развития.

Наконец, перед переходом к режиму таргетирования инфляции желательно с помощью жесткой экономической политики снизить инфляцию примерно до 10 % в год. Затем необходимо постепенно снижать ее дальше уже в рамках таргетирования [1].

Таким образом, в настоящее время в Республике Беларусь недостаточен набор организационно-правовых и макроэкономических условий, необходимых для введения режима инфляционного таргетирования. Однако, как показывает международный опыт многочисленных стран с переходной экономикой, режим инфляционного таргетирования позволит сдерживать инфляцию на определенном уровне, а также снизить уровни колеблемости объема выпуска и занятости.

Литература

1. Зарецкий, А. Как усовершенствовать монетарную политику в Беларуси? [Электронный ресурс] / А. Зарецкий // Исследовательский центр ИПМ. — Режим доступа: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/dp2014r02.pdf>. — Дата доступа: 11.03.2016.

2. Как Нацбанк Беларуси будет переходить на инфляционное таргетирование? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.proforex.by/news/>. — Дата доступа: 11.03.2016.

**М.В. Кноп
В.С. Петрова**
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.Н. Шкутько

СПИРАЛЬ БИЗНЕСА ФРАНЧАЙЗИНГА НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

Международный бизнес сформировал сложную систему отношений, схожую со спиральной, круги этой спирали содержат рынки, на арене которых функционируют компании.

Важным средством в конкурентной борьбе на данных аренах является франчайзинг. Популярность франчайзинговой модели легко объяснима, ведь она выгодна всем ее участникам — и франчайзерам, заинтересованным в расширении своего бизнеса, и франчайзи, особенно если они начинающие предприниматели.

В Республике Беларусь франчайзинг как форма предпринимательской деятельности не получил пока широкого распространения (зарегистрировано чуть более 100 договоров франчайзинга) [1]. В то же время именно франчайзинг может стать инструментом активизации предпринимательства в Беларуси, средством дальнейшего развития как малого, так и крупного бизнеса. По данным Международной Ассоциации франчайзинга, эта форма организации бизнеса используется в 75 различных отраслях экономики (общественное питание (20 %), розничная торговля (15 %), сфера услуг (12 %), автомобильные перевозки (8 %), строительство (7 %)) [1].

К основным сдерживающим факторам для развития национального франчайзинга относят различия между отечественными и международными правовыми нормами; финансовые и временные издержки на оформление франчайзиновых отношений; договор франчайзинга подлежит регистрации в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь, что ведет к уплате дополнительных пошлин; отсутствие пилотных точек, доказавших свою жизнеспособность в наших условиях; отсутствие адаптированных схем финансирования франчайзинга или неразвитость системы доступного кредитования франчайзинга [2]. Белгазпромбанк запустил программу кредитования предпринимателей, покупающих франшизу, — это единственная программа финансирования бизнеса, создающегося на условиях франчайзинга в Беларуси.

Для развития национального франчайзинга необходимо разработать соответствующие пути решения. На данном этапе разрабатываются и создаются системы «бонусов» в качестве отсрочки паушального взноса, различные кредитные программы для привлечения франчайзеров. Для франчайзеров и франчайзи проводятся выставки, ярмарки, обучающие семинары. Значительное внимание уделяется развитию нормативной базы. Также особое внимание уделяется развитию

схем финансирования франчайзинга на основе заимствования зарубежного успешного опыта и применение его на территории Беларуси. Поддержку развитию белорусского франчайзинга оказывает Ассоциация франчайзеров и франчайзи «БЕЛФРАНЧАЙЗИНГ» [1].

Можно выделить перспективных национальных франчайзеров: «Кофе Саунд» (8 франчайзинговых точек), ChocoArt (7), Navy (2), Pizza Smile (1), «Кажан» (75). Также стоит выделить приоритетные направления для белорусского франчайзинга на 2016 г., это сфера общепита, интернет-бизнес (в связи с растущей популярностью IT-сферы), предоставление товаров и услуг для детей (одна из наиболее популярных отраслей), розничная торговля [3].

Таким образом, для Беларуси франчайзинг является резервом не только количественного роста предпринимательского сектора, но и повышения качества бизнеса, возможностей интеграции его субъектов в систему международных экономических связей.

Литература

1. Каталог франшиз [Электронный ресурс] // Ассоциация франчайзеров и франчайзи «БЕЛФРАНЧАЙЗИНГ». — Режим доступа: <http://belfranchising.by/>. — Дата доступа: 27.03.2016.
2. Еремеева, Н. А. Финансы и кредит во внешнеэкономической деятельности : учеб. пособие / Н. А. Еремеева. — Минск, 2012.
3. Франчайзинг в Беларуси: доходный бизнес по чужому «рецепту» [Электронный ресурс] // Бизнес-журнал «Дело». — Режим доступа: <http://delo.by/news/~shownews/franchising-v-belarusi-dohodniy-biznes>. — Дата доступа: 24.03.2016.

**Е.В. Курочка
Д.В. Шаповал**
БГЭУ (Минск)

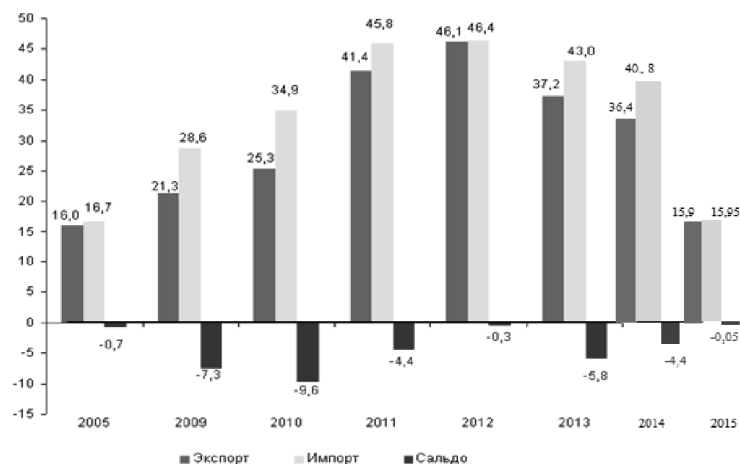
Научный руководитель — кандидат экономических наук А.И. Сакович

БЕЛАРУСЬ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Основная форма участия Беларуси в международных экономических отношениях — торговля. Сегодня Беларусь имеет экспортно-импортные связи более чем со 150 странами мира. На рисунке проиллюстрированы показатели внешнеторгового оборота республики за период 2005–2015 гг. [1].

На долю стран Европы (без стран СНГ) приходится 79 % экспорта Беларуси и 85 % продукции импорта. В европейские страны (Германия, Польша, Литва, Латвия, Италия) из республики поставляются калийные и азотные удобрения, полимеры, шины, химические волок-

на и нити, мебель и другая продукция. Ведущее место в структуре импорта занимают продовольственные товары, продукция химико-фармацевтической промышленности (медикаменты, гербициды), оборудование для пищевой и легкой промышленности.



Внешнеторговый оборот товарами Республики Беларусь, млрд дол. США

Наиболее стабильными торговыми партнерами Беларуси являются страны СНГ, одна из которых — Россия. На ее долю в общем белорусском товарообороте приходится 89 %, в экспорте — 84,6 %, импорте — 92 %. Беларусь заинтересована в поставках из России топливно-энергетических ресурсов (нефть, газ), проката черных и цветных металлов, сырья для химической и нефтехимической промышленности и др. Основу российского импорта составляют белорусские трикотажные изделия, холодильники и морозильники, мотоциклы и велосипеды, грузовые автомобили и тракторы, минеральные удобрения и др.

В 2015 г. Республика Беларусь на российском рынке потеряла около 3 млрд дол. в связи с усилением защиты отечественных производителей в Российской Федерации, поэтому Беларусь призвана диверсифицировать свой экспорт. Правительство определило 56 перспективных рынков для белорусской продукции и поставило задачу прийти к уровню экспорта в 5 млрд дол. в Китай, Индию, Индонезию, страны Северной Африки и Латинской Америки. За первую половину 2015 г. Беларусь отправила на эти рынки продукцию на 107 млн дол.

Негативная тенденция наметилась в сфере торговли услугами. В 2015 г. по сравнению с 2014 г. объем внешней торговли услугами сократился на 20,7 %. Следовательно, в сложившихся условиях стимулирование процесса диверсификации является важнейшим на-

правлением совершенствования экспортного потенциала Республики Беларусь. Для этого целесообразно реализовать следующие меры:

- увеличить экспорт высокотехнологичной и наукоемкой продукции с высокой добавленной стоимостью, а импорт изменить, сокращая потребление энергоресурсов и сырья;
- увеличить долю услуг в общем объеме экспорта за счет развития новых видов информационно-коммуникационных, туристических, компьютерных, инжиниринговых, страховых, банковских и прочих услуг;
- повысить эффективность действующих производств и создать новые экспортно-ориентированные производства, что позволит получить мировое признание бренда «Сделано в Беларуси».

Литература

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2015: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. — Минск, 2015. — 524 с.

Д.В. Молокович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук А.В. Чеплянский

ПЕРСПЕКТИВЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЕПОЗИТНЫХ ДОХОДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

С целью стабилизации финансового рынка и дополнительного финансирования государственного бюджета был принят Декрет Президента Республики Беларусь № 7 от 11 ноября 2015 г. «О привлечении денежных средств во вклады (депозиты)», вступивший в силу 1 апреля 2016 г. В качестве меры воздействия на депозитный рынок впервые в Республике Беларусь введено налогообложение депозитных доходов. Подобная практика является достаточно распространенной в зарубежных странах. Поэтому в качестве цели исследования было поставлено рассмотрение перспектив налогообложения депозитных доходов в Республике Беларусь на основе изучения зарубежного опыта.

Основными положениями принятого в Беларуси Декрета № 7 являются:

- депозиты подразделяются на отзывные и безотзывные;
- подходящим налогом облагаются доходы по вкладам меньше одного года в национальной валюте и меньше двух лет в иностранной валюте, а также доходы, полученные по ставке, превышающей ставку депозитов до востребования;
- налогообложение доходов с депозитов также касается и нерезидентов Республики Беларусь [2].

Введенные нормы ограничивают минимальный срок размещения депозитов, что позволяет банкам формировать долгосрочную ликвидность и дает возможность делать доступными кредиты. Однако это способствует снижению вкладных операций. Так, после изменения законодательства происходит снижение срочных вкладов населения как в долларах США, так и в национальной валюте, с одной стороны, а с другой стороны, наблюдается рост вкладов до востребования в долларах США, что является нежелательным для банковской системы, так как способствует снижению ее ликвидности [1].

Проведенные исследования позволили установить, что налогообложение депозитных доходов в зарубежной практике проводится в трех видах: налогообложение процентных доходов, зависящее от суммы вклада (Литва, Германия, Испания); налогообложение процентных доходов в зависимости от размера процентной ставки (Россия); налогообложение всех полученных депозитных доходов (Польша, Украина) [3, 4].

В первом виде налогообложения существует минимальная сумма процентных доходов, которые не облагаются налогом. Если размер процентов превышает указанную сумму, банк перечисляет налоги напрямую в финансовое управление. Особенностью является и то, что нерезиденты этих стран не платят налоги с депозитных доходов.

Налогообложение процентных доходов в зависимости от размера процентной ставки существует также в России. Так, налог на депозитные доходы платится в том случае, если процентная ставка по депозитам на 10 п.п. больше, чем российская ставка рефинансирования. Ставка налога 35 % для резидентов и 30 % для нерезидентов Российской Федерации [4].

В Польше и Украине все полученные процентные доходы от депозитов облагаются налогом по ставкам 25 и 19,5 % соответственно [4].

Таким образом, на основе изученного зарубежного опыта для привлечения вкладов населения и стабилизации финансового рынка целесообразно принять следующие меры:

- установить минимальную необлагаемую сумму процентных доходов в течение года. Это позволит привлечь вкладчиков с небольшими депозитными суммами, таких как студенты, пенсионеры. Вместе с тем разработать и внедрить новое программное обеспечение, которое позволило бы предоставлять информацию банкам Республики Беларусь о всех депозитах вкладчиков, тем самым не давая возможности избежать уплаты налогов. Для этого предлагается предварительно внести изменения в ст. 121 «Банковская тайна» Банковского кодекса Республики Беларусь;

- ввести прогрессивную шкалу налогообложения в зависимости от размера полученных процентных доходов. Для нерезидентов Республики Беларусь по опыту зарубежных стран необходимо сделать пониженные ставки налогообложения. Это позволит стимулировать привлечение иностранных вкладчиков;

- следует проводить удержание подоходного налога с вкладов по факту снятия денежных средств, что позволит снизить временные и материальные затраты банков и не потребует дополнительного привлечения персонала;

- отделениям и обособленным структурным подразделениям банков следует перечислять удержанный подоходный налог с физических лиц в бюджет по месту постановки на учет банка;

- целесообразно исключить капитализацию из налогооблагаемой базы, тем самым не придется дорабатывать механизм расчета в программном обеспечении.

Введение предложенных мер будет способствовать привлечению вкладов населения и развитию долгосрочной ликвидности коммерческих банков.

Литература

1. Бюллетень банковской статистики за январь 2016 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/bulletin/Stat_Bulletin_2016_02.pdf. — Дата доступа: 22.03.2016.

2. О привлечении денежных средств во вклады (депозиты) : Декрет Президента Республики Беларусь № 7 от 11 ноября 2015 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-7-ot-11-nojabrja-2015-g-12536/. — Дата доступа: 21.03.2016.

3. Сберегательные счета в Германии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.deutscheskonto.org/ru/account/savings/>. — Дата доступа: 21.03.2016.

4. Налог с процентов по депозитам: сколько платят наши соседи [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://finance.tut.by/news472402.html>. — Дата доступа: 15.03.2016.

Р.А. Новиков
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.Б. Вашкевич

ПЕРСПЕКТИВЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ ИСПАНИИ И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Испания является важным участником международной торговли. Это тринадцатая крупнейшая экономика в мире по объему ВВП и пятая — среди стран Европейского союза. В системе международного разделения труда Испания находится в первой десятке ведущих мировых производителей и поставщиков судов, автомобилей и других транспортных средств, кузнечно-прессового оборудования, станков, оборудования для АЭС, газовых компрессоров, нефтепродуктов, химических товаров, продукции черной и цветной металлургии, строй-

материалов, цемента, ряда потребительских товаров, а также аграрной продукции. Основными товарами, импортируемыми в Испанию, являются топливо и смазочные материалы, оборудование, компоненты и автомобильные принадлежности, фармацевтическая продукция, продукция сталелитейной промышленности [1].

Несмотря на относительно малую долю, которую занимает Беларусь во внешней торговле Испании, торговые отношения между странами динамично развиваются. В стоимостном выражении с 1995 по 2014 г. экспорт Испании в Республику Беларусь увеличился в 23,5 раза. Основными товарными группами, экспортируемыми из Испании в Республику Беларусь, являются реакторы ядерные и их части, фрукты, средства транспорта, фармацевтическая продукция, электрические машины и оборудование [1].

Испания является одним из ключевых партнеров для Республики Беларусь среди стран ЕС. Общая динамика внешнеторгового оборота Республики Беларусь и Испании является положительной. Согласно белорусской статистике в период с 1995 по 2014 г. внешнеторговый оборот между двумя странами увеличился в 25 раз. Экспорт из Беларуси в Испанию за тот же период увеличился в 4,5 раза, а импорт из Испании вырос в 30,8 раз [2, 3]. Согласно официальным данным Испании белорусский экспорт в Испанию вырос в 2,5 раза, а импорт из Испании — в 23,4 раза. В общем импорте Испании импорт из Республики Беларусь занимал очень маленькую долю, и с 0,008 % в 1995 г. упал до 0,006 % в 2014 г. [1].

Республика Беларусь в основном экспортирует в Испанию топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки, битуминозные вещества, воски минеральные (не менее 60 % от общего импорта Испании из Беларуси в 2010–2013 гг.), удобрения, химические нити, черные металлы. В некоторые годы также были зарегистрированы большие поставки древесины, кожи, оптических инструментов и аппаратуры, мебели и изделий из стекла [1].

На протяжении 2010–2014 гг. товарная номенклатура белорусского экспорта в Испанию практически не менялась [1]. Республике Беларусь целесообразно разрабатывать новые стратегии сбыта наиболее импортируемых Испанией товаров, а именно топлива и продуктов нефти, транспортных средств, фармацевтической продукции, ядерных реакторов и их частей, минеральных удобрений (калийных, азотных и фосфорных). Необходимо не просто увеличивать экспорт данных товаров, но также налаживать сотрудничество в этих сферах с испанскими компаниями, исследовательскими центрами и государственными органами. Наиболее перспективным представляется производство на белорусских предприятиях промежуточных товаров для испанских компаний.

Все перечисленные меры определяют перспективы развития и пути повышения эффективности торгово-экономических отношений Испании и Республики Беларусь как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах.

Литература

1. Base de datos de comercio exterior [Recurso electrónico]. — Modo de acceso: <http://aduanas.camaras.org>. — Fecha de acceso: 12.04.2016.
2. Беларусь в цифрах : стат. справочник / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2015. — 76 с.
3. Внешняя торговля Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2014. — 312 с.

Д.Д. Приходченко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.Л. Майборода

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО БОГАТСТВА БЕЛАРУСИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ АВСТРИИ

Сравнение Австрии и Беларуси позволяет сделать вывод о большом сходстве этих стран: небольшая площадь обеих стран, численность населения, около половины территории стран занимают леса, небольшие запасы полезных ископаемых.

При небольшой площади Австрии, на которой располагаются незначительные запасы природных ресурсов и земель, пригодных для использования, страна обладает высоким уровнем жизни населения благодаря развитой экономике, ориентированной на нематериальный капитал.

Используя экономический опыт этой западноевропейской страны и принимая во внимание высокое сходство Австрии и Республики Беларусь по многим показателям, можно попытаться внедрить многие методы по увеличению национального богатства в Беларуси.

Учитывая, что лесные и водные ресурсы являются собственностью государства и их можно лишь взять во временное пользование, так как не разрешено брать их в личную собственность и существует запрет на продажу для населения пашен, в Беларуси отсутствует полноценный рынок земли. При увеличении эффективности использования данных ресурсов существует реальная возможность роста показателя ВВП, а соответственно и уровня жизни.

Использование новых технологий позволит увеличить минерально-ресурсную базу страны и ресурсообеспеченность некоторых сфер экономики.

Необходимо искать и налаживать выпуск той продукции, по которой существуют ниши на мировом рынке.

Не нужно забывать также и том, что импорт является не менее важным показателем. Качественный и дешевый инвестиционный импорт необходим для производства товаров, которые смогут конкурировать

вать с другими странами, а также для обеспечения высокого уровня производительности экономики.

Функционирующий в стране механизм финансирования инвестиций различается от схожих механизмов в других постиндустриальных странах, где главным источником финансирования является рыночная капитализация предприятий, фундамент которой составляет анализ инвесторами продуктивности ведения бизнеса, профессиональное мастерство работников, таланты в различных сферах инноваций.

В Беларуси имеются очень большие возможности для развития экотуризма.

Беларусь слабо интегрирована в мировую экономику, даже по сравнению с соседними странами, не говоря о внимании страны к развитой рыночной экономике. Объясняется такое положение государства проводимой в нашей стране политикой, которая направлена на замещение импорта и на протекционизм.

Ускоренное слияние Беларуси с мировой экономикой — это еще один существенный внешнеэкономический потенциал, который мог бы обеспечить существенное повышение уровня жизни населения.

Также существуют различные способы, базирующиеся на увеличении трудовых ресурсов за счет внутренних резервов.

Реализация описанных мероприятий с учетом ценного опыта Австрии позволит увеличить минерально-ресурсную базу страны и ресурсообеспеченность некоторых сфер экономики, обеспечить высокий уровень производительности экономики, повысить показатель ВВП, экономическую эффективность, а соответственно и уровень жизни населения.

Ю.В. Свириденко

А.В. Табальчук

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.Н. Шкутько

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИТ-АУТСОРСИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Обладая ограниченными природными ресурсами, Республика Беларусь для своего развития вынуждена развивать интеллектуальный потенциал страны, в том числе сферу информационных технологий (ИТ). Мировые затраты на ИТ-услуги в 2015 г. составили 3,517 трлн дол. и из них — 88,9 млрд дол. на ИТ-аутсорсинг [1].

В последние годы иностранные заказчики ИТ-услуг все чаще останавливают свой выбор на Республике Беларусь как привлекательной стране для ИТ-аутсорсинга. Это подтверждают следующие факты: в 2011 г. Республика Беларусь вошла в двадцатку стран-лидеров аут-

сорсинга (13-е место); в 2014 г. заняла 6-е место по сумме выполненных заказов на рынке ИТ-аутсорсинга Восточной Европы; кроме этого, семь ИТ-компаний, работающих в Беларуси, вошли в рейтинг лучших мировых поставщиков услуг аутсорсинга The Global Outsourcing 100. В данной статье рассмотрены перспективы развития Республики Беларусь как страны-экспортера ИТ-услуг, а также изучены успешные методы, применяемые другими странами, которые могли бы быть использованы в республике.

Более 35 000 специалистов задействованы в ИТ-секторе Республики Беларусь, затраты на которых в среднем, на 5–36 % ниже, чем в странах Европы [2]. Следствием географического положения является культурная и временная близость Беларуси к Европе. Кроме того, благодаря Парку высоких технологий (ПВТ) в стране присутствует развитая инфраструктура. Так, в 2015 г. объем производства компьютерных программ увеличился в 1,8 раза и составил 12,58 трлн руб. Также резиденты ПВТ освобождаются от НДС и имеют льготы по остальным отчислениям [3]. Еще один немаловажный фактор для заказчиков: в Республике Беларусь действуют законы о защите данных (что нельзя сказать о таких популярных странах в ИТ-сфере, как Индия и Филиппины).

Несмотря на ряд преимуществ, страна обладает некоторыми недостатками. К сожалению, имидж Беларуси как страны-экспортера ИТ-услуг еще не до конца сформирован за рубежом. Также Республика Беларусь инвестирует менее 0,7 % ВВП на исследования и разработки. Например, в РФ данный показатель в два раза выше относительно ВВП. Кроме этого, существуют законодательные барьеры, влекущие за собой риски в ведении бизнеса и чрезмерные бюрократические проволочки, что приводит к оттоку заказов в соседние страны.

Для привлечения иностранных заказчиков и улучшения бренда Беларуси как ИТ-страны необходимо посещать международные мероприятия, участвовать в международных конкурсах и олимпиадах, приглашать представителей крупных ИТ-провайдеров в страну. Кроме того, необходимо наличие в свободном доступе регулярных отраслевых отчетов о стране. Следуя примеру Индии, для выполнения этих задач можно было бы выделить отдельный департамент из Министерства связи и информатизации Республики Беларусь.

Для дальнейшего успешного развития белорусского ИТ-сектора можно использовать опыт других стран. Так, например, Черногория увеличила долю в объеме заказов на 150 %, понизив ставку оплаты труда почти на четверть. В Маврикии государство возвращает 60 % средств ИТ-компаниям, которые были затрачены на обучение персонала.

Таким образом, можно сделать вывод, что ИТ-аутсорсинг является перспективным направлением в экономике страны, и будущее этой отрасли видится достаточно позитивным.

Литература

1. Gartner: в 2016 году объем мирового рынка ИТ вырастет только на 0,6% [Электронный ресурс] // Издательство «Открытые системы». — Режим доступа: <http://www.osp.ru/news/2016/0119/13031342/>. — Дата доступа: 02.05.2016.
2. Парк высоких технологий подвел итоги 2015 года [Электронный ресурс] // Парк высоких технологий. — Режим доступа: <http://www.park.by/post-1129>. — Дата доступа: 02.05.2016.
3. Рынок ИТ-услуг [Электронный ресурс] // ЗАО «Инвестиционная компания «ЮНИТЕР» — Режим доступа: http://www.uniter.by/upload/IT_Industry_report.pdf. — Дата доступа: 02.05.2016.

О.С. Сергиеня
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор экономических наук А.А. Праневич

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ

В настоящее время Республика Беларусь находится в поиске путей экономического роста. Одним из таких путей является наращивание и диверсификация экспорта. Для этого в свою очередь необходимо выявить перспективные мировые рынки. Одним из таких рынков является мировой рынок здорового питания.

Цель работы — на основе тенденций развития мирового рынка здорового питания оценить перспективы выхода на него белорусских экспортеров.

По оценкам экспертов, реальный рост мирового рынка здорового питания составляет 7 %. Прогнозируется, что такие темпы роста сохранятся до 2017 г., и в 2017 г. рынок достигнет своего максимума в 1 трлн дол. Высокие темпы роста мирового рынка здорового питания обеспечиваются в основном за счет развивающихся стран. Самыми быстрорастущими являются рынки Китая, Бразилии, США, России и Мексики, при этом Китай составил около 25 % абсолютного прироста мирового рынка здорового питания [1].

Структура мирового рынка здорового питания включает следующие сегменты: better for you (продукты, которые являются «более здоровыми» для человеческого организма (например, с меньшим количеством жиров, сахара и соли)); продукты для людей с непереносимостью различных компонентов; обогащенные продукты; натуральные продукты (с минимальной переработкой или ее отсутствием); органические продукты (произведенные без химикатов, пестицидов, гормонов, антибиотиков и ГМО). Самыми значительными сегментами на рынке являются сегменты натуральных и обогащенных продуктов, а также сегмент better for you [1].

Основными факторами, обуславливающими рост мирового рынка здорового питания, являются следующие:

- изменение структуры спроса на продовольственные товары [2];
- рост благосостояния населения и повышение уровня качества жизни;
- урбанизация и повышение доли горожан в структуре населения;
- развитие сопутствующих отраслей (например, технологии контроля физической активности, технологии контроля за качеством продуктов и т.д.);
- модные тенденции (пропаганда здорового образа жизни, популяризация спорта, в том числе посредством крупных государственных проектов);
- рост в мире числа людей с заболеваниями сердца, сахарным диабетом, ожирением, т.е. болезней, лечение и профилактика которых связана с правильным питанием [2].

Что касается дальнейшего развития мирового рынка здорового питания, то перспективы роста рынка связывают с растущим спросом поколения бэби-бумеров, имеющих платежеспособный спрос, а также потребностью следить за здоровьем. Однако такой спрос характерен больше для развитых стран. К тому же все большее количество исследователей связывают дальнейшие перспективы роста мирового рынка здорового питания со спросом поколения миллениалов, которые изменяют структуру потребления продовольствия [2].

Таким образом, мировой рынок здорового питания является перспективным для экспорта, поскольку имеет высокие темпы роста, а также прогнозируется увеличение спроса на продукцию данного рынка.

Литература

1. Hudson, E. Health and Wellness the Trillion Dollar Industry in 2017: Key Research Highlights [Electronic resource] / E. Hudson // Euromonitor. — Mode of access: <http://blog.euromonitor.com/2012/11/health-and-wellness-the-trillion-dollar-industry-in-2017-key-research-highlights.html>. — Date of access: 10.01.2016.
2. Nielsen Global Health and Wellness Report // The Nielsen Company [Electronic resource]. — Режим доступа: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2015/we-are-what-we-eat.html>. — Date of access: 09.01.2016.

Е.П. Чиж
А.С. Цейко
БНТУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.Ф. Манцерова

СТРОИТЕЛЬСТВО ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОГО ЖИЛЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В нынешнем столетии место и роль Республики Беларусь в мировой экономике в условиях, когда практически отсутствуют собственные источники углеводородного сырья и металлов, будут во многом определяться уровнем ее научно-технического развития, способностью создавать и эффективно реализовывать собственные инновационные технологии и при необходимости быстро их внедрять, производить товары с высокой добавленной стоимостью.

С каждым годом в стране в связи с ростом промышленного производства и вводом новых объектов недвижимости увеличиваются расходы на электричество, отопление, воду и другие ресурсы. В этой связи проблема энергосбережения для республики становится все более актуальной. Во всем мире ведется поиск путей уменьшения энергопотребления за счет его рационального использования. Республика Беларусь тоже не исключение. С 2011 г. в стране действует Республиканская программа энергосбережения на 2011–2015 гг., основной задачей которой является снижение энергоемкости ВВП на 50 % к уровню 2005 г. и увеличение доли местных топливно-энергетических ресурсов в балансе котельно-печного топлива до 28 %.

Одна из проблем действующей системы цен и тарифов на энергетическую продукцию, которую предстоит решить, — перекрестное субсидирование между отдельными группами потребителей (прежде всего, населением и промышленностью) и видами энергии.

В перспективе в Республике Беларусь предполагается возведение жилья в энергоэффективном режиме. В настоящее время известны следующие технические решения, обеспечивающие снижение потребления тепловой энергии при эксплуатации зданий:

- 1) снижение потерь тепла:
 - через ограждающие конструкции здания путем использования архитектурных решений;
 - через непрозрачные ограждающие конструкции здания;
 - через оконные конструкции;
 - с воздухообменом путем перехода к системам управляемой precisely вытяжной вентиляции с механическим побуждением и рекуперацией тепла вентиляционных выбросов;
 - при доставке потребителю путем использования индивидуальных источников теплоты в каждом здании;
- 2) снижение затрат тепловой энергии:
 - на горячее водоснабжение путем использования системы утилизации тепла сточных вод;

- путем использования гелиоводонагревателей;
- путем использования тепловых насосов.

При строительстве энергоэффективного жилья экономия электроэнергии может быть достигнута за счет использования солнечных панелей (батарей); экономия тепла — за счет теплоизоляции (каменная вата, термоленты и т.д.) и тепловых насосов (грунтовый тепловой насос скважинного типа, грунтовый тепловой насос горизонтального типа, тепловой насос воздушного типа, тепловой насос водного типа). Повышение экологической безопасности может быть достигнуто при внедрении новых систем вентиляции и рекуперации, которые позволяют сохранить до 25 % тепла.

Одним из направлений совершенствования энергосберегающей политики в строительстве является использование солнечных и вакуумных коллекторов.

Литература

Углубленный обзор политики и программ в сфере энергоэффективности: Республика Беларусь [Электронный ресурс] // Секретариат энергетической хартии 2013 г. — Режим доступа: www.encharter.org. — Дата доступа: 10.01.2016.

В.М. Якута
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.В. Старовойтова

БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ ОФФШОРНОЙ ЗОНЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ?

В условиях развернувшейся в мире кампании по деоффшоризации и реализации Плана BEPS ко многим низконалоговым и оффшорным территориям в ближайшие годы интерес инвесторов будет снижаться, поэтому многие оффшорные зоны прекращают свое существование. Таким образом, освобождается ниша, которую Республика Беларусь может с выгодой для собственной экономики использовать, создав оффшорную зону на своей территории. Одним из основных мотивов принятия низконалогового законодательства является обострение конкуренции в привлечении инвестиций на основе предоставления особых стимулов, прежде всего налоговых. Экономические преимущества, получаемые страной за счет привлечения инвестиций, погашают уменьшение налоговой базы и налоговых поступлений за счет снижения налоговых ставок.

Беларусь поддерживает дипломатические отношения со 174 государствами мира. При этом уже более чем с 70 из них она связана международными договорами об устранении двойного налогообло-

жения. Следует отметить неплохие результаты, которые наша страна показывает в мировых рейтингах. Особенно примечателен рывок вверх на 123-е место за 4 года по показателю «Налогообложение» в Doing Business [1]. Все эти обстоятельства могли бы стать хорошей предпосылкой и поводом для большего раскрытия Беларуси в качестве привлекательной территории для инвестиций. При детальном рассмотрении структуры иностранных инвестиций (ИИ) можно отметить финансовые потоки между Республикой Беларусь и оффшорными зонами и зонами с льготным налогообложением. Примерно по 10 % накопленных ИИ поступило из таких стран, как Нидерланды, Соединенное Королевство и Кипр. Если рассматривать прямые ИИ на чистой основе, то вложенные Доминикой за 2011–2015 гг. возросли в 12 раз (1,7–21). Однако с 2013 г. наблюдается ощутимый спад притока прямых ИИ от этой группы стран в экономику Беларуси. Только на 5 государств приходится 90 % всех инвестиций в белорусскую экономику. При этом только 3 из них можно назвать стабильными инвесторами: Россия, Германия, Соединенное Королевство. Но в число лидеров не входят такие ближайшие соседи, как Польша и Латвия, да и остальные страны — партнеры по ЕАЭС [2].

Многие иностранные инвесторы отмечают характерный для нашей страны неаг-оффшоринг. Например, в Беларуси ставка корпоративного налога — 18 %. Это больше, чем на Кипре, но меньше, чем у соседей по ЕАЭС — России (20 %) и Казахстана (20 %). Да и на территории нашей страны действует особый режим налогообложения определенных видов деятельности [3].

В перспективе привлечения дополнительных средств из-за рубежа в республику можно рассмотреть несколько вариантов развития событий: 1) выделение региона страны под создание оффшорной зоны; 2) создание оффшорной зоны на базе уже существующей СЭЗ. Создав на своей территории оффшорную зону, Республика Беларусь сможет обеспечить стабильное развитие национальной экономики, активизировать совместную с иностранными инвесторами предпринимательскую деятельность, ускорить темпы социально-экономического развития страны, а также обеспечить рост экспортного потенциала.

Литература

1. *Бережной, А.* Перспективная Беларусь: низконалоговый оазис / А. Бережной, И. Ковалевич. — Минск : Рифтур, 2015. — 12 с.
2. Беларусь в цифрах : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. — Минск, 2016. — 72 с.
3. *Кондрашенок, А. А.* Инвестиционная деятельность в Республике Беларусь: льготы и преференции, предоставляемые инвесторам / А. А. Кондрашенок // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2013. — № 2. — С. 17–25.

СЕКЦИЯ 3

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА

А.В. Агиевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ж.П. Гляцевич

НАКОПИТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях трансформации пенсионного обеспечения в рыночно-страховые отношения пенсия становится объектом страховых отношений и приобретает форму возмещения утраченного заработка (дохода), который имело застрахованное лицо до наступления страхового случая.

Финансовая неустойчивость распределительной пенсионной системы в условиях увеличения доли пенсионеров по отношению к численности активных плательщиков пенсионных отчислений заложена в самом принципе ее функционирования. Альтернативой распределительной пенсионной системе является накопительная, в рамках которой право собственности на пенсионные накопления, формируемые в период трудовой деятельности, сохраняется, но право распоряжения и пользования ими ограничивается в целях обеспечения систематических доходов после утраты трудоспособности.

В настоящее время в Республике Беларусь страхование дополнительной пенсии осуществляют две страховые компании: государственной формы собственности — РДСУП «Стравита» и частной — УСП «ПриорЛайф». Для деятельности данных финансовых институтов характерны следующие черты:

1. Надежность:
 - минимальный размер уставного фонда — 5 млн евро;
 - ежеквартальный контроль за деятельностью страховых компаний со стороны Министерства финансов и Национального банка Республики Беларусь;
 - страховые выплаты РДСУП «Стравита» гарантированы государством (Указ Президента Республики Беларусь от 25.08.2006 № 530).
2. Прибыль — обеспечивает защиту накоплений от инфляции и сохранность покупательной способности денег. По итогу 2015 г. РДУСП «Стравита» обеспечило совокупную доходность по белорусскому рублю в размере 33,2 %, по доллару США, евро — 6,6 %, по российскому рублю — 14,7 %. УСП «ПриорЛайф» использует фиксированную норму доходности на весь срок страхования, которая в зависимости от программы составляет до 6 % годовых [1, 2].

3. Секретность — средства не могут подлежать аресту и не делятся при разделе имущества, а сумма страхового обеспечения выплачивается конкретному лицу (застрахованному или выгодоприобретателю).

4. Налоговые льготы — на основании ст. 165 Особенной части Налогового кодекса Республики Беларусь взносы, уплаченные физическим лицом в пределах 18 130 000 бел. руб. в год по индивидуальному договору страхования жизни, не облагаются подоходным налогом.

5. Социальные защиты — финансовая защита как для застрахованного лица, так и для его близких. В зависимости от программ компании предлагают защиту по таким рискам, как уход из жизни, инвалидность, травматизм.

При оформлении накопительной программы клиенты сами выбирают размер страхового взноса и сумму страхового обеспечения, валюту страхования, периодичность уплаты взноса, а также форму уплаты страховых взносов.

Таким образом, в Республике Беларусь созданы все условия для перехода к накопительной системе пенсионного обеспечения. В то же время существует определенный потенциал по повышению конкуренции на рынке накопительного страхования жизни за счет появления иностранных компаний, осуществляющих данный вид деятельности.

Литература

1. Размер совокупной доходности страхователя [Электронный ресурс] // Официальный сайт РДУСП «Стравита». — Режим доступа: http://www.stravita.by/ru/sovokup_dohod/. — Дата доступа: 10.03.2016.

2. Официальный сайт УСП «ПриорЛайф» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://priorlife.by>. — Дата доступа: 10.03.2016.

А.А. Байко
И.С. Ткачук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.С. Филиппович

НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ КОСВЕННЫХ НАЛОГОВ В ЕАЭС

Беларусь активно интегрируется в рамках Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Интеграция коснулась и такой важной части функционирования государства, как налоги. В рамках нашего исследования мы остановились на изучении налогового администрирования косвенных налогов в ЕАЭС. Налоговое администрирование — это установленная законом система управления налоговым процессом органами государственной власти.

Взимание косвенных налогов во взаимной торговле товарами, работами и услугами в ЕАЭС осуществляется по принципу страны назначения.

Действующее законодательство дает плательщикам косвенных налогов право представлять документы о ввозе товаров и уплате косвенных налогов в электронной форме. Для сравнения: в Европейском союзе (ЕС) подобная система была внедрена ранее. Стоит отметить, что система налогового администрирования в ЕАЭС имеет определенные преимущества. Основное отличие заключается в том, что в ЕАЭС возврат НДС из бюджета экспортеру в одной стране осуществляется только после уплаты НДС импортером в своем государстве и предоставления им подтверждающих документов. В ЕС возврат НДС экспортеру осуществляется сразу же после отправки товаров, еще до уплаты НДС импортером в своей стране, что создает временной лаг в уплате налогов и условия для мошенничества.

С 2015 г. плательщики налога для электронного документооборота могут использовать сервис «Личный кабинет» на портале Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь (МНС). Стоит отметить, что применение электронного документооборота требует согласия обеих сторон (продавца и покупателя).

Белорусский покупатель (импортер) при уплате косвенных налогов через систему электронного декларирования должен выполнить следующие действия:

1) импортер заполняет в электронном виде заявления, подписывает их при помощи электронно-цифровой подписи (ЭЦП) и отправляет через портал МНС в налоговый орган, на учете в котором он состоит;

2) если косвенные налоги импортером были уплачены и подтверждение налогового органа получено, импортер извещает своего контрагента путем направления копии заявления или реквизитов указанного заявления.

Для белорусского продавца (экспортера) порядок действий будет обратным:

1) импортер направляет белорусскому экспортеру копию заявления или реквизитов указанного заявления;

2) после получения электронного подтверждения налогового органа об уплате косвенных налогов.

Для проверки полученной информации белорусский экспортер должен набрать полученные реквизиты заявления на портале МНС. При наличии информации об электронном подтверждении налогового органа государства-импортера на портале МНС белорусский экспортер заполняет Перечень заявлений, который представляется вместо заявления на бумажном носителе.

Таким образом, налоговое администрирование — очень трудоемкий и важный процесс. Координация стран—участниц ЕАЭС в сфере налогового администрирования не только упростит сам процесс документооборота для покупателей и продавцов, но и позволит существ-

венно облегчить процесс администрирования как для плательщиков налогов, так и для государства.

Литература

Администрирование косвенных налогов в ЕАЭС: полный контроль и взаимодействие с плательщиком [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gb.by/novosti/nalogi/administrirovanie-kosvennykh-nalogov-v-e>. — Дата доступа: 14.04.2016.

Филиппович, Е. С. Налоговый контроль : учеб. пособие / Е. С. Филиппович, М. А. Шклярова. — Минск : БГЭУ, 2014. — 399 с.

А.А. Байко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.В. Сидорова

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Инновации занимают важнейшее место в экономике любой страны. Для того чтобы Республика Беларусь заняла достойное место в мировом сообществе, необходимо осуществить переход к инновационной модели развития экономики страны. В соответствии с законодательством инновационная деятельность — деятельность по преобразованию новшества в инновацию [1].

Беларусь имеет большой научно-технический потенциал, значительные достижения в различных отраслях науки и техники, однако существует ряд препятствий в переходе к инновационной модели развития страны.

Проведем анализ результатов реализации Государственной программы инновационного развития на 2011–2015 гг. Программой были определены 4 основных макроэкономических показателя.

Первый из них — это удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции организаций промышленности. Его рост наблюдался только до 17,8 % в 2013 г., но уже в 2014 г. произошел спад до 13,9 %, хотя плановый уровень показателя был 19 %.

В соответствии с Государственной программой инновационного развития на 2010–2015 гг. доля организаций промышленности, осуществляющих инновационную деятельность, должна достигнуть уровня не менее 40 %. Данный показатель отставал от плановых значений. В 2014 г. удельный вес организаций промышленности, осуществляющих инновационную деятельность, составил 20,9 % при плановом показателе в 27 %.

Объем экспорта высокотехнологичной и наукоемкой продукции имел тенденцию к росту. За исследуемый период фактическое зна-

чение всегда опережало план, так в 2014 г. было экспортировано продукции (товаров, работ, услуг) на 8,3 млрд дол. при плановом уровне в 5,6 млрд дол.

Внутренние затраты на научные исследования и разработки к ВВП с 2011 по 2014 г. всегда отставали от планового показателя, и средний уровень установился в районе 0,6 %. К 2015 г. данный показатель установился на уровне 0,54 %, что в 5 раз меньше планового.

Таким образом, среди основных причин, сдерживающих инновационную деятельность в нашей стране, можно выделить:

- низкий уровень инвестирования в инновационные проекты, что связано с низким уровнем собственных средств и недостаточностью государственного финансирования;
- неэффективность проведенных НИОКР, связанная с ошибками на этапах разработки проекта, маркетинга и его внедрения;
- отсутствие в стране единого института, который должен координировать все действия по разработке и внедрению инновационных решений.

Решение проблемы финансирования инновационной деятельности в Беларуси возможно путем реализации мер по следующим направлениям:

- развитие финансового рынка с целью привлечения дополнительных финансовых ресурсов;
- повышение эффективности управления инновационной деятельностью;
- пересмотр государственной политики финансирования инновационных проектов с целью перехода к рыночным механизмам;
- создание единого института, который обеспечит координацию всех субъектов инновационной деятельности.

Литература

1. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 июля 2012 г., № 425-З // КонсультантПлюс: Беларусь / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

2. Концепция государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы / Гос. ком. по науке и технологиям Респ. Беларусь — Минск, 2015. — 45 с.

Н.С. Бандевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Наумчик

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На современном этапе социально-экономического развития Республики Беларусь роль экспорта имеет исключительную значимость, поскольку более 50 % производимых в стране товаров поставляются за границу. Оказание финансовой поддержки экспорта в Республике Беларусь регламентируется Указом Президента Республики Беларусь от 25.08.2006 г. № 534 «О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг)». Данный Указ определяет формы государственной поддержки и находит широкое применение.

Проведенное исследование позволяет констатировать, что средства, выделяемые из республиканского бюджета на поддержку экспорта в течение последних 5 лет, растут. В соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 08.02.2016 г. № 103 на 2016 г. установлен лимит экспортного кредитования в размере 3200 млрд бел. руб., который полностью приходится на ОАО «Банк развития Республики Беларусь». В 2015 г. лимитов для ОАО «Банк развития Республики Беларусь» установлено не было, а объем предоставленных банком ресурсов составил 4380 млрд бел. руб., при том что в 2015 г. экспортное кредитование в стране осуществляли и другие банки в следующих пределах: ОАО «АСБ Беларусбанк» — 870,0 млрд руб., ОАО «Белинвестбанк» — 150,0 млрд руб., ОАО «БПС-Сбербанк» — 30,60 млрд руб.

На компенсацию процентов по экспортным кредитам ОАО «Банк развития Республики Беларусь» из республиканского бюджета в 2016 г. предусмотрено выделить 565 млрд бел. руб., а на страховые возмещения «БРУПЭИС «Белэксимгарант» — 13 млрд бел. руб. (в 2015 г. размеры компенсации составляли 150 и 7 млрд бел. руб. соответственно).

На сегодняшний день актуальной задачей является распространение действия Указа № 534 в рамках схем «кредит организации-нерезиденту», «кредит банку-нерезиденту». За счет активного применения данных схем кредитования повысится эффективность контроля за целевым использованием получаемого льготного кредита в сравнении со схемой «кредит национальному экспортеру», а также произойдет стимулирование процесса интернационализации деловой активности отечественных предприятий промышленности. Не следует полагать, что экспортный кредит может быть предоставлен исключительно производителю, но и его эксклюзивному дилеру либо иному субъекту собственной товаропроводящей сети в стране назначения.

При предоставлении льготных кредитов по схеме «кредит национальному экспортеру» в Республике Беларусь целесообразно прора-

ботать вопрос следующего содержания: «выделение части денежных средств в рамках экспортного кредитования необходимо осуществлять с обязательным условием использования их только за рубежом». Данным условием можно косвенно стимулировать субъектов к созданию и развитию собственных товаропроводящих сетей (торговых домов, иных торговых организаций). Также можно увязать предоставление кредита с финансовыми показателями организации, например с показателем рентабельности продаж, который должен быть не ниже среднего по отрасли или не ниже определенной величины.

Одними из последних значимых изменений, которые касались Указа № 534, явились, в частности, вопросы распространения его действия на операции факторинга. Однако стоит отметить тот факт, что в первую очередь необходимо создать соответствующую инфраструктуру развития факторинговых операций, а уже затем приводить в соответствие национальное законодательство.

Г.С. Болтунь
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.Н. Жук

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ МИРОВОЙ ВАЛЮТНО-ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Развитие валютно-финансовой системы определяется воспроизводственным критерием, который отражает изменения в национальных и мировой экономиках. Особенность этого критерия выражается в несоответствии принципов мировой валютной системы новым тенденциям в развитии мирового хозяйства и изменениям в расстановке сил между его основными центрами. Конфликт интересов приводит к появлению кризисов мировой валютно-финансовой системы, которые характеризуются резким нарушением функционирования системы по причине несоответствия структурных принципов организации международных валютно-финансовых отношений изменениям в мировой экономике.

Анализ финансовых систем позволяет выделить основные факторы их трансформации. К их числу можно отнести: 1) изменение процесса воспроизводства в национальных и мировой экономиках; 2) перераспределение соотношения сил между мировыми экономическими и финансовыми центрами; 3) различие интересов ведущих стран, их экономической и валютной стратегии.

Нарушения действий структурных принципов мировой валютно-финансовой системы вызывают резкое обострение финансовых противоречий. Данные явления приводят к трансформации старой

системы и ее замене новой, которая обеспечивает относительную валютно-финансовую стабилизацию. Трансформация валютно-финансовой системы осуществляется поэтапно: 1) формирование новой системы: создание предпосылок, определение принципов, сохранение преемственности с прежней системой; 2) становление новой системы: структурное единство, завершение построения системы, постепенная активизация принципов новой системы; 3) образование полноценно функционирующей новой мировой валютно-финансовой системы. Завершающий — этап, когда принципы мировой системы соответствуют в определенных пределах условиям и потребностям мировой и национальных экономик.

Примером трансформационных изменений валютно-финансовой системы может служить функционирование системы золотого стандарта, переход от нее к Бреттон-Вудской системе, замена ее Ямайской системой.

Идеальное функционирование системы золотого стандарта было обусловлено твердой привязкой эмиссии валют к золотым запасам центральных банков. Но ограниченность запасов золота, сложные политические отношения между государствами, негативные события в международных экономических отношениях привели к возникновению международной неликвидности.

Принятие Бреттон-Вудской валютно-финансовой системы сопровождалось рядом противоречий, которые выражались в том, что при ее создании (1944 г.) в ФРС США было сосредоточено свыше 70 % мировых запасов золота. Это позволило Соединенным Штатам превратить доллар в мировую валюту, осуществляя эмиссию в таких масштабах, каких требовали международная торговля и интересы национальной экономики. В 60-е гг. XX в. обязательства США оказались размытыми настолько, что система стала похожа на долларовый стандарт. С 70-х гг. XX ст. золото перестало выполнять функцию денег, а большинство развитых стран отказались от поддержки своих валют.

Переход от Бреттон-Вудской к Ямайской валютно-финансовой системе был обусловлен отменой золотых паритетов и официальной цены на золото. Функционирование данной валютной системы предполагало, что ни одна из национальных денежных единиц не будет обмениваться на золото. Но до сих пор золотовалютные запасы центральных банков наряду с национальными денежными единицами включают коллективные валюты, 25% квоты страны в МВФ (в СДР или в валюте других членов), а также банковские металлы (золото, серебро, платину и палладий).

Ямайская валютно-финансовая система, претерпев незначительные изменения, функционирует по сей день. Одним из противоречий действующей системы является нестабильность международных расчетов из-за колебаний валютных курсов отдельных стран, что заставляет участников международных экономических связей прибегать к страхованию рисков и повышать их расходы. В качестве противоре-

чия функционирования системы выделяют наличие системных финансовых кризисов. Кредиты МВФ и других международных и региональных валютно-финансовых организаций выполняют задачу урегулирования кризиса международной валютно-финансовой системы. Это означает, что финансовая помощь МВФ нацелена не столько на нейтрализацию финансового кризиса в рамках региона, сколько на предотвращение его распространения на валютно-финансовые системы ведущих стран Запада, а также ослабление воздействия на международные экономические отношения, а через последние — на производство.

Таким образом, действующая в мире валютно-финансовая система становится все менее эффективной. Такое положение обусловлено как развитием кризисных явлений, установлением плавающих валютных курсов, так и ускорением процесса глобализации, включая либерализацию международной торговли и особенно либерализацию международного движения капитала, которая привела к повышению нестабильности мировой валютно-финансовой системы в 90-е гг. XX в. Эволюция процесса глобализации проявилась в росте объемов неконтролируемых потоков капитала, что представляет угрозу для стабильности денежно-кредитных систем не только развивающихся и стран с переходной экономикой, но и для развитых государств. Это требует структурных и функциональных изменений в системе международных валютно-финансовых отношений.

А.А. Дубровский
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.В. Сидорова

РЕФИНАНСИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ЗА СЧЕТ ВНУТРЕННИХ ИСТОЧНИКОВ

Актуальность данной темы обусловлена наращиванием Республикой Беларусь долговых обязательств, а также необходимостью разработки и внедрения эффективных методов управления государственным долгом.

Согласно Бюджетному кодексу Республики Беларусь «управление государственным долгом Республики Беларусь представляет собой деятельность государства по оптимизации его структуры и стоимости обслуживания. Управление государственным долгом Республики Беларусь осуществляется Правительством Республики Беларусь» [1]. Целью управления внешним долгом является поддержание его на безопасном для страны уровне, а также минимизация рисков неисполнения обязательств перед иностранными кредиторами, форми-

рование положительной кредитной истории страны, обеспечение ее инвестиционной привлекательности. В соответствии с Бюджетным кодексом Республики Беларусь «платежи по обслуживанию и погашению государственного долга Республики Беларусь являются первоочередными по отношению к другим платежам при исполнении республиканского бюджета» [1].

Государственный долг Республики Беларусь на 1 апреля 2016 г. составил 362,2 трлн руб. и увеличился по сравнению с началом 2016 г. на 33,7 трлн руб., или на 10,2 %. Внешний государственный долг по состоянию на 1 апреля 2016 г. составил 13,0 млрд дол. США, увеличившись с начала года на 528,0 млн дол. США (с учетом курсовых разниц), или на 4,2 %. Внутренний государственный долг по состоянию на 1 апреля 2016 г. составил 101,0 трлн руб., увеличившись с начала года на 3,6 трлн руб. (за счет курсовых разниц), или на 3,7 %.

Одной из проблем управления государственным долгом Республики Беларусь является поиск средств для рефинансирования задолженности. Рассмотрим внутренние источники финансирования государственного долга. С целью рефинансирования платежей по долгам Республика Беларусь осуществляет выпуски валютных облигаций. За январь—март 2016 г. размещено внутренних валютных и рублевых государственных облигаций для юридических и физических лиц на сумму 405,8 млн дол. США и 600 млрд руб., погашено валютных и рублевых государственных облигаций для юридических и физических лиц на сумму 566,5 млн дол. США и 1935,0 млрд руб. [2]. Следует отметить, что с начала 2015 г. Республика Беларусь наращивала внутренний долг преимущественно за счет внутренних валютных государственных облигаций. Валютные облигации пользуются спросом среди инвесторов, так как являются альтернативой валютным депозитам. Ставки по облигациям составляют: на 1,5 года — 5,5 %, на 3 года — 6,2 %, на 5 лет — 6,9 % (выплаты дохода — ежеквартально). В связи с ростом спроса ОАО «Белагропромбанк» объявило о покупке государственных валютных облигаций на вторичном рынке.

Таким образом, можно отметить, что за счет внутренних источников Беларусь может рефинансировать часть долга перед внешними кредиторами. Так, начиная с 2016 г. Правительство Республики Беларусь переходит к практике реструктуризации долга и будет придерживается правила, согласно которому внешний долг будет наполовину рефинансироваться за счет внутреннего.

Литература

1. Бюджетный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 16 июля 2008 г., № 412-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.etalonline.by/Default.aspx?type=text®num=Hk0800412#load_text_none_1_4. — Дата доступа: 10.05.2016.

2. Государственный долг Республики Беларусь на 1 апреля 2016 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/ru/public_debt/pressreleases/3f690c07bbf2463d.html. — Дата доступа: 10.05.2016.

М.В. Ермалович
Е.В. Карелина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.В. Сидорова

ИНВЕСТИЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

В современных условиях предприятие может развиваться и расширять производство лишь в том случае, когда процесс инвестирования происходит регулярно.

Анализ инвестиционной активности предприятий Республики Беларусь позволяет дать следующую оценку: доля инвестиций в производство составляет меньше половины всего объема инвестиций, объем сделок на фондовом рынке по сравнению с общим объемом инвестиций не превышает 0,4, высокие процентные ставки по кредитам не позволяют предприятиям финансировать масштабные инвестиционные проекты с помощью заемных средств. Для эффективного использования заемных ресурсов необходимо, чтобы уровень экономической рентабельности превышал ставку по кредиту, что позволит увеличить рентабельность при использовании заемных средств.

В Республике Беларусь уровень экономической рентабельности предприятий за 2014 г. оказался в 2 раза ниже средней ставки процента по кредитам [1].

Исходя из сказанного можно сделать следующий вывод: по мере снижения инвестиционной активности ухудшается и финансовое состояние предприятий, так как падает конкурентоспособность продукции, а следовательно, выручка и прибыль [2].

На сегодняшний день инвестиционный климат Республики Беларусь можно охарактеризовать следующим образом: уровень экономического роста 101,6 % в 2014 г.; большой размер внешнего долга и зависимость от других стран кредиторов; сохраняется тенденция к потреблению большего количества иностранных товаров, чем отечественных. Таким образом, общий показатель инвестиционной привлекательности страны остается на низком уровне.

Инвестиционная привлекательность страны снижается также ввиду ряда имеющихся конфликтных ситуаций с иностранными инвесторами. Среди них такие компании, как Литовская инвестицион-

ная группа UBIG, компании Skoda и Ford, российская пивоваренная компания «Балтика», производственно-торговая компания ИКЕА.

Причиной конфликтов чаще всего было одностороннее решение властей по изменению существенных условий договора, а также решения по отмене налоговых и таможенных льгот. В целом можно отметить, что местные власти не стремятся к всестороннему сотрудничеству с иностранными инвесторами, в результате чего достижение консенсуса становится довольно затруднительным.

В целях расширения притока иностранных инвестиций можно предложить следующие мероприятия: введение льготных программ кредитования для иностранных инвесторов; исполнение правил защиты собственности инвесторов; избавление инвесторов от обременительных обязанностей (содержание школ, садов, стадионов и т.д.); введение гарантированных государством налоговых льгот. Улучшить ситуацию можно с помощью создания единой системы льгот, предоставляемых инвесторам в области строительства, где объем льгот мог бы зависеть от стоимости проекта и от его целей [3].

Проведение данных мероприятий позволило улучшить экономическую ситуацию в таких странах, как Польша и Ирландия, где уровень ВВП на душу населения вырос в несколько раз за относительно небольшой период.

Литература

1. Мостовщикова, И. А. Инвестиционная активность и инвестиционный профиль организации / И. А. Мостовщикова, И. А. Соловьева // Научный диалог. — 2013. — № 7(19). — С. 58–70.

2. Инвестиционная привлекательность Республики Беларусь, льготы и преференции для иностранных инвесторов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://brazil.mfa.gov.by/ru/economy/investicii/>. — Дата доступа: 19.11.2015.

3. Трубицын, А.Р. Улучшение инвестиционного климата в стране как основа инвестиционной активности / А.Р. Трубицын // Изв. Саратов. ун-та. — 2010. — Т. 10.: Сер. Экономика. Управление. Право, вып. 2.

И.О. Завацкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.В. Сидорова

КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИЙ: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

На современном этапе развития экономики любая компания функционирует в жесткой конкурентной среде. В этих условиях эффективность ее работы, особенно в долгосрочной перспективе, во многом

зависит от особенностей формирования финансовой структуры капитала компании.

Как правило, в определении понятия «капитал организации» выделяют экономический подход, согласно которому капитал рассматривается как совокупность ресурсов, являющихся источником доходов; бухгалтерский — где капитал фактически отождествляется с активом предприятия; а также учетно-аналитический подход, в рамках которого капитал представлен с двух сторон: направлений его вложения и источников его формирования [1].

В рыночной экономике организация существует на основе принципов самостоятельности и самофинансирования. Очевидно, что организация, которая желает развиваться, расширять свои производственные возможности, не может ограничиться собственными средствами и функционировать только на основе самофинансирования. Формирование как основного, так и оборотного капитала происходит за счет привлечения финансовых ресурсов, которые затем инвестируются в капитал предприятия. Среди способов финансирования организации выделяют финансирование через механизм рынка капиталов, банковское кредитование, бюджетное финансирование, взаимное финансирование хозяйствующих субъектов.

Недостаток собственных средств предприятий снижает их возможности по самофинансированию, в то время как этот источник финансовых ресурсов наименее рискован. Как показывает практика, финансовые затруднения во многих случаях являются следствием принятия неэффективных финансовых решений. Данная проблема в значительной степени решается посредством комплексного управления финансовыми потоками, использования прогрессивных инструментов планирования, регулирования и оценки конкретных видов ресурсов [2].

При выборе способа формирования капитала следует учитывать отличительные признаки белорусских предприятий: ориентацию на текущую прибыль; неудовлетворительное финансовое состояние; изношенность ОС; применение моделей, не позволяющих правильно прогнозировать динамику их финансового рычага; не принимаются во внимание интересы государства, собственников компаний и связанных с ним лиц; значительная часть акционеров не чувствует себя собственниками в полной мере.

Пути решения выявленных проблем:

- обновление ОС через механизм ускоренной амортизации;
- создание большего резервного фонда;
- осуществление эффективной ценовой политики;
- осуществление постоянного контроля процесса формирования и использования финансовых ресурсов;
- стимулирование инновационной деятельности;
- использование лизинговой формы приобретения имущества;
- использование франчайзинговой системы;
- мезонинное финансирование.

Литература

1. Черненко, А. Ф. Финансовое положение и эффективность использования ресурсов предприятия : учеб. пособие / А. Ф. Черненко, Н. Н. Илышева, А. В. Башарина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 336 с.
2. Володин, А. А. Управление финансами. Финансы предприятий : учеб. пособие / А. А. Володин. — М. : ИНФРА-М, 2011. — 510 с.
3. Финансы предприятий реального сектора экономики Республики Беларусь : аналитическое обозрение. — Минск : Нац. банк Респ. Беларусь, 2015.

О.В. Заморская
А.А. Минько

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.С. Филиппович
БГЭУ (Минск)

ОСОБЕННОСТИ ВОЗВРАТА НДС ПО СИСТЕМЕ TAXFREE В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях современной рыночной экономики перед производителем возникает задача не только произвести необходимый объем продукции, но и реализовать его. С этой целью во многих странах стала внедряться система TaxFree, основная цель которой — стимулирование розничных продаж товаров широкого потребления за счет иностранных туристов.

Изучив мировой опыт, по инициативе Министерства спорта и туризма и Министерства торговли в нашей стране был внедрен особый механизм администрирования НДС для иностранных граждан. Так, 1 января 2013 г. Беларусь стала первой среди стран СНГ, где для иностранных покупателей официально вступила в силу система возврата НДС.

Первоначально участниками системы TaxFree стали ГУМ, ЦУМ и торговый дом «На Немиге». В данный момент в Минске насчитывается более 100 торговых объектов, поддерживающих данную систему. Более того, происходит активное внедрение и в небольших городах.

Механизм возврата TaxFree с покупок на территории Республики Беларусь аналогичен механизму возврата в других странах, но система имеет ряд особенностей. Так, иностранные граждане вправе получить возврат НДС при приобретении товаров, стоимость которых по платежному документу превышает 800 000 бел. руб. в случае вывоза таких товаров за пределы территории Евразийского экономического союза в течение 3 месяцев со дня их приобретения. Подтверждением вывоза товаров, реализованных через магазины, является оформленный в магазинеплательщика чек специальной формы — «Чек на возврат НДС», содержащий обязательные реквизиты.

Значительным минусом системы TaxFree в Беларуси является то, что возврат производится специальным оператором. В данный момент им является РУП «Белтаможсервис», взимающий за свои услуги определенный процент [1]. Таким образом, если предусмотрен возврат 20 % стоимости покупки, а комиссия составляет 5 %, то в итоге будет выплачено 15 % исходной суммы. В это же время во многих европейских магазинах предусмотрен возврат всей суммы НДС непосредственно в местах продаж или же с помощью таких операторов, как GlobalBlue и PremierTaxFree, имеющих свои представительства во многих странах [2]. Таким образом, Республике Беларусь необходимо налаживать контакты с крупными операторами возврата НДС, а также разрабатывать и совершенствовать свои национальные системы.

Еще одной проблемой развития системы TaxFree в Республике Беларусь является ее недостаточная реклама, т.е. иностранные граждане попросту не знают о предоставляемых им преимуществах.

Таким образом, процесс полноценной работы системы TaxFree в Беларуси находится на этапе становления, однако преимущества ее применения в Беларуси неоспоримы и принесут пользу как отечественным производителям, так и государству в целом. Изучив мировой опыт применения TaxFree, можно сделать вывод, что Республика Беларусь посредством применения данного механизма, во-первых, повысит свой имидж, особенно при проведении культурных, спортивных и иных мероприятий, во-вторых, повысит привлекательность белорусской торговли для иностранного покупателя и, в-третьих, будет способствовать развитию туризма.

Литература

1. Таможня «Минск-2» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://minsk2.customs.gov.by/index.php/11-novosti/81-tax-free-v-belarusi>. — Дата доступа: 14.04.2016.
2. Tax Free покупки [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.globalblue.ru/customer-services/tax-free-shopping8/>. — Дата доступа: 14.04.2016.

А.И. Зорько
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.С. Ананенко

СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ДЕЙСТВУЮЩАЯ ПРАКТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Страхование жизни обеспечивает плановые накопления денежных средств, компенсацию финансового ущерба и материальную под-

держку близких в случае наступления непредвиденных событий, тем самым создавая уверенность застрахованных в материальном благополучии на определенное время. В связи с этим выбранная тема является актуальной.

В Республике Беларусь страхование жизни развито недостаточно, о чем свидетельствует удельный вес страховых взносов по страхованию жизни в ВВП, в 2014 г. он составил лишь 0,06 %. Для сравнения: в развитых странах данный показатель варьируется от 6 до 8 % [1, с. 4].

В Республике Беларусь государство стимулирует развитие страхования жизни предоставлением налоговых льгот для различных категорий страхователей, введен резерв дополнительных выплат с целью повышения совокупной доходности и др.

В то же время на рынке страхования жизни сохраняются неравные условия проведения страховых операций для страховщиков различной формы собственности. По состоянию на 01.01.2016 операции по страхованию жизни осуществляют три страховые организации, на долю наиболее крупной из них, РДУСП «Стравита», приходится 87 % рынка.

Основные тенденции развития страхования жизни в стране:

- страховые взносы по страхованию жизни ежегодно увеличиваются как в текущих, так и в сопоставимых ценах (в 2014 г. — 193,8 млрд руб.);

- в общем объеме страховых взносов по накопительному страхованию преобладает страхование дополнительной пенсии (в 2014 г. — 59 %). Это объясняется спросом на страхование дополнительной пенсии со стороны юридических лиц [2];

- постепенно увеличивается уровень выплат по страхованию жизни (в 2014 г. — 23,9 %) в связи с истечением срока действия договоров страхования жизни и осуществления страховых выплат по ним;

- в большей степени услуги по страхованию жизни реализуются при помощи агентской сети (57 %), страховых брокеров (38 %), незначительный вес составляют прямые продажи (5 %). В среднем на одного штатного работника в 2015 г. приходится 2,9 млрд руб.;

- в 2015 г. совокупная доходность по договорам страхования жизни в белорусских рублях составила 33,2 % (156 % индекса потребительских цен), в иностранной валюте — 6,6 % (114 % банковской средней процентной ставки).

Основные проблемы рынка страхования жизни в Республике Беларусь: высокий уровень инфляции, невысокие доходы населения, несовершенство страхового законодательства, монополизация рынка страхования жизни и др.

Для развития страхования жизни в Республике Беларусь необходимо:

- совершенствование законодательства за счет создания равноправных условий для функционирования организаций всех форм собственности, расширение практики налоговых льгот и др.;

- развитие каналов продаж страховых услуг, в частности, взаимодействие банков и страховых организаций в рамках «банкострахования»;

- совершенствование маркетинговой деятельности по страхованию жизни путем активизации рекламной деятельности, коммуникативной политики страховых организаций.

Эти и ряд других направлений будут способствовать развитию страхования жизни на страховом рынке Республики Беларусь.

Литература

1. Полтаржицкая, Е. Обзор рынка страхования жизни и дополнительной пенсии / Е. Полтаржицкая // Страхование в Беларуси. — 2015. — №9. — С. 4–7.

2. Статистическая информация о состоянии рынка страховых услуг Республики Беларусь [Электронный ресурс] / М-во финансов Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/supervision/stat.htm>. — Дата доступа: 10.04.2016.

А.В. Зыкина
Т.В. Гайдукевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ж.П. Гляцевич

ДОХОДЫ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ

Доходы домашних хозяйств являются одним из источников формирования финансовых ресурсов, поэтому доходы населения, источники их формирования заслуживают пристального внимания и обсуждения.

В современных условиях сохраняется актуальность проблемы неравенства денежных доходов населения. Основными показателями, характеризующими социальное неравенство населения, являются коэффициент Джини и квинтильный коэффициент. Коэффициент Джини в Республике Беларусь колебался в пределах от 0,265 (2010 г.) до 0,283 (2013 г.) и снизился до 0,275 в 2014 г., что свидетельствует о сокращении социального неравенства. Доходы располагаемых ресурсов 20 % наиболее обеспеченных групп домашних хозяйств в 4 раза превышают доходы 20 % наименее обеспеченных групп за 2010–2014 гг. [1].

Кроме проблемы неравенства доходов населения на номинальные доходы влияет инфляционный рост цен, что объясняет сокращение реальных доходов и снижение покупательной способности населения. Номинальные денежные доходы населения Республики Беларусь в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличились на 6,9 %, а реальные сни-

зились на 5,9 %. Сокращение реальных доходов населения вызывает сокращения сбережений [1].

Главная особенность сбережений населения — это то, что они являются составной частью финансовых ресурсов. Перед домашними хозяйствами стоит дилемма — как обеспечить сбережения и как их сохранить. Что же на сегодняшний день может способствовать сбережению денежных средств? Куда их можно инвестировать, чтобы сохранить во время инфляции? Возьмем, например, недвижимость. Неплохой вариант, однако для таких вложений необходимы очень большие средства. Вместе с тем ликвидность недвижимости низкая. Сбережения можно вкладывать в ценные бумаги, но они должны быть привлекательными, должны обращаться и обеспечивать доходность. Однако ценные бумаги являются малопривлекательными, так как не дают домашним хозяйствам высоких дивидендов. На сегодняшний день самым привлекательным и популярным инструментом сбережений является банковский депозит.

Основной проблемой рынка сбережений страны является недовлечение домохозяйств к национальной валюте, что негативно влияет на планирование банками своего кредитного портфеля и, как следствие, повышает риски банковской сферы.

На 1 марта 2016 г. физические лица хранили в банках 207,2 трлн руб., но эта сумма почти на 2 трлн руб. меньше, чем на начало февраля. Наряду со снижением доли рублевых депозитов происходит сокращение доли валютных вкладов. Введены безотзывные вклады. Процентные ставки по отзывным вкладам снижены, что не удовлетворяет запросы населения. С 1 апреля 2016 г. взимается подоходный налог в размере 13%. Это касается вкладов в белорусских рублях до 1 года и валютных вкладов до 2 лет.

Фактором, негативно влияющим на динамику банковских депозитов, являются доходы населения. Так, в январе 2016 г. средняя зарплата в Беларуси составила 327 дол., а в январе 2015 г. — около 600 дол. Очевидно, что сбережения населения за 2015 г. имели тенденцию к сокращению. В настоящее время часть населения тратит свои сбережения на поддержание достигнутого уровня жизни.

Таким образом, роль доходов домашних хозяйств как источника финансовых ресурсов снижается, а сбережения до сих пор не стали главным звеном инвестиционного и инновационного развития национальной экономики.

Литература

1. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2015.

А.Н. Ильюкевич

К.Г. Пастарнак

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доцент В.И. Якубович

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Каждый предприниматель, начиная свою деятельность, должен четко оценивать потребность в материальных, трудовых, интеллектуальных, финансовых ресурсах, определить источники и методы их мобилизации, направления наиболее эффективного использования. Этому должна предшествовать предварительная работа по планированию всех его доходов и направлений расходования средств. Процесс планирования позволяет грамотно формулировать целевые установки и использовать оптимальную систему показателей деятельности, необходимую для последующего контроля результатов. Неотъемлемым элементом планирования выступает финансовое планирование, результатом которого является составление финансового плана.

В современной системе управления финансами организаций финансовый план играет важную роль. Он представляет собой завершающую часть бизнес-плана, в которой концентрируются итоги по всем предыдущим разделам: по объему продаж и прибыли, использованию собственных и заемных средств, объему инвестиций, срокам их окупаемости, объемам затрат на производство и реализацию, маркетингу, выплате дивидендов и т.д. В финансовом плане прогнозируются эффективность и финансовые результаты текущей, инвестиционной и финансовой деятельности организации, отражаются конечные результаты производственно-хозяйственной деятельности. Он охватывает финансовые потоки всех структурных подразделений, отражает их взаимосвязь и взаимозависимость. Сравнивая фактические показатели с запланированными, можно осуществлять финансовый контроль и анализировать причины отклонений, чтобы на основе полученной информации предпринимать необходимые действия по устранению недостатков и дальнейшему совершенствованию деятельности.

При этом следует отметить одну из актуальных проблем методического характера, возникающую при составлении финансовых планов отечественными организациями в современных условиях, — отсутствие четких стандартов процесса бизнес-планирования. Как следует из проведенного анализа рынка услуг в системе бизнес-планирования в Республике Беларусь, наиболее часто используемыми являются стандарты по методическим материалам UNIDO, BFM Group, KPMG, TACIS, EBPP. Однако наиболее полно финансовая составляющая проработана в стандарте UNIDO. По данным стандартам услуги по составлению бизнес-планов оказывают следующие крупные компании: «Техноконсалт-Групп», «АСЭР», «Проинвест NOST Group»,

«АгроИнвестКонсалтинг», «ЭНЭКА», Business Projection, BYPLAN, LIBERTY FINANCE и др.

При составлении финансового плана необходимо руководствоваться следующими основными правилами: обеспечение единой системы основных финансовых показателей на всех уровнях управления и при всех формах собственности, непрерывность финансового планирования, научно-техническая и экономическая обоснованность расчетов, сбалансированность разделов, рациональное и целевое использование финансовых ресурсов.

Порядок составления плана можно разбить на ряд этапов: анализ выполнения финансовых показателей за предыдущий период, расчет финансовых показателей на планируемый период, составление финансового плана по установленной форме, выполнение утвержденных финансовых показателей.

Подводя итог, можно с уверенностью сказать, что финансовый план — один из важнейших разделов бизнес-план, так как является главным критерием принятия инвестиционного проекта к реализации.

Литература

Соколовский, Д. И. Рекомендации финансовому директору по разработке бизнес-плана на 2016 год / Д. И. Соколовский // Финансовый директор. — 2016. — № 1 (157). — С. 64–67.

Соколовский, Д. И. Делаем бизнес-план инвестиционного проекта актуальным / Д. И. Соколовский // Планово-экономический отдел. — 2016. — № 3 (153). — С. 64–67.

Е.В. Карелина
М.В. Ермалович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.Г. Дорофеев

РАЗВИТИЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА В УСЛОВИЯХ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Обеспечение населения жилищно-коммунальными услугами — это одна из наиболее важных задач государственной власти. Беларусь находится в переходной стадии от полного государственного регулирования и контроля к смешанному типу, при котором допускается присутствие на рынке как организаций государственной формы собственности, так и частных организаций. Актуальность исследования заключается в том, что монопольное управление государства во многих областях ЖКХ приводит к постоянному ухудшению финансовых показателей отрасли. Причинами этому являются завышенная численность работников,

неточный учет и расчет потребляемых услуг общего пользования, неэффективное использование средств, отчисляемых на капремонт, и др.

Одним из путей выведения ЖКХ из кризисного состояния является повышение конкуренции в данной области, главным образом со стороны частного бизнеса. Это способствовало бы повышению эффективности расходования финансовых ресурсов. Передача отрасли ЖКХ в частные руки может быть частичной. Ввиду оценки эффективности таких действий с учетом особенностей нашей страны можно говорить о государственно-частном партнерстве.

В Программе развития Республики Беларусь до 2015 г. ГЧП занимало значимую роль в развитии отрасли жилищно-коммунального хозяйства. В Беларуси на сегодняшний день существует около 10 частных компаний в данной отрасли, однако условия, созданные для их функционирования, требуют значительных корректировок.

Проблемы функционирования частного бизнеса в сфере ЖКХ можно рассмотреть на примере ОДО «Аймалин М».

Основной проблемой является наличие единых тарифов для государственных и частных предпринимателей, сдерживающих рыночное регулирование цен и не позволяющих частным организациям получать прибыль. В то же время себестоимость услуг, оказываемых государственными организациями, в 1,5 раза выше по стоимости, при оплате населением 30–40 % общей стоимости. Таким образом, частные предприятия теряют 1/2 стоимости, что не позволяет получать им прибыль. Помимо этого, существует проблема высокого налогообложения при отсутствии субсидий и ограничениях в цене.

При сравнении качества можно говорить о том, что в частных организациях оно значительно выше, так как ведется строгий учет затрат на содержание дома, а также создана бухгалтерия товариществ собственников как юридических лиц.

Решением данных проблем может стать создание регулируемыми органами сферы ЖКХ следующих условий: отдельный фонд на капитальный ремонт для каждого дома; наличие управляющего, ответственного за выбор поставщика услуг, контроль поступающих от жильцов средств; создание общего собрания собственников; современное оборудование; информационные технологии; энергосберегающие технологии.

Таким образом, главной задачей органов государственной власти и местного самоуправления в соответствии с программой развития отрасли жилищно-коммунального хозяйства является предоставление возможностей частному бизнесу проявлять деловую активность в рамках государственно-частного партнерства, а также содействие развитию частных компаний с целью снижения нагрузки на расходы государственного бюджета.

Литература

Первый частный ЖЭС в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://akon.by/stati/bisnesgkh>. — Дата доступа: 10.03.2016.

Стоимость услуг ЖКХ в Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://naviny.by/rubrics/society/2016/2/16/ic_articles_116_191004/print/. — Дата доступа: 10.03.2016.

Частный ЖЭС в г. Минске [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.aimalin.by> — Дата доступа: 10.03.2016.

Ф.С. Кругликов
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.Н. Алешкевич

ПОНЯТИЕ ТЕХНОЛОГИИ BLOCKCHAIN И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ОБЛАСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

BlockChain — это распределенная база, содержащая различные данные без прав доступа, которая поддерживает постоянно растущий список записей (см. рисунок), устойчивый к взлому и правкам даже со стороны ее участников.

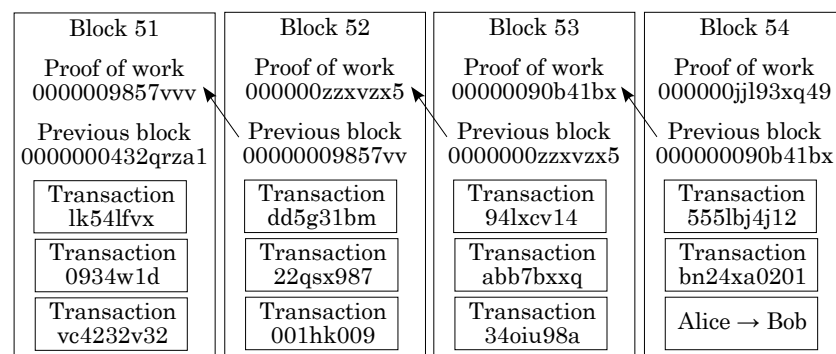


Схема работы технологии BlockChain

Рассмотрим все достоинства и недостатки данной системы (см. таблицу).

Достоинства и недостатки BlockChain

Достоинства	Недостатки
Удобство в использовании	Научоемкость
Безупречная система безопасности	Специальная подготовка кадров
Абсолютная прозрачность	Ассоциативность с Bitcoin
Огромный спектр возможностей	Дороговизна внедрения
Распределенность системы	

На примере налогообложения можно явно увидеть, как важно свойство прозрачности системы и насколько перспективно адаптирование BlockChain.

Для использования BlockChain необходим просмотрщик — обычный сайт, который доступен всем пользователям сети Интернет. В нем возможно увидеть все осуществленные транзакции, также прикрепить описание перевода, адрес и т.д. На сегодняшний день существует такой просмотрщик BlockChain.info для криптовалюты Bitcoin.

Первая трудность по внедрению BlockChain — создание такого просмотрщика на государственном уровне. Для этого необходимо специально обучить кадры, а также постоянно поддерживать работоспособность сайта. Далее каждый налогоплательщик обращается в налоговый орган и получает список уникальных адресов, куда он будет перечислять налоги и прочие государственные платежи. Ключи от этих адресов хранятся в государстве, т.е. распоряжаться денежными средствами может только государство, а налогоплательщик на сайте может просмотреть историю транзакций перечисленных денег. Далее есть адреса, на которые стекаются все средства с налоговых адресов граждан, также разбитые по секторам — медицина, пенсии, ремонт дорог, военные нужды и прочее, и связь между ними показывается сразу, в онлайн-режиме. В итоге мы получаем прозрачную систему сборов налогов, где каждый гражданин может увидеть, куда идут его средства и на что они тратятся.

Еще одна проблема — доверие населения к данной системе. Необходимо принимать программы по распространению информации о системе, разъяснению принципов работы, а также создавать общедоступные тестовые программы.

Следующая проблема — недостаток специально подготовленных кадров. Дополнительное финансирование и образование специальных факультетов по подготовке людей со знаниями в данной сфере — решение данной проблемы.

И еще одна значимая проблема — малая компьютеризация и грамотность населения в области IT-технологий. Для решения необходимо время и поэтапное внедрение и приспособление людей к электронному документообороту с оплатой услуг через сеть Интернет. В заключение следует отметить, что BlockChain нуждается в государственной поддержке.

В.В. Лавник
Е.А. Ефременко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук М.А. Шклярова

КОНЦЕПЦИЯ НАЛОГОВЫХ РАСХОДОВ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ ПРИМЕНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях замедления экономического роста в Республике Беларусь значительно сократились темпы увеличения доходов бюджета. Кроме того, меняется структура бюджетных расходов, увеличивается доля расходов на обслуживание государственного долга и соответственно сокращается удельный вес других расходов, включая расходы, направляемые на социальные нужды и на развитие экономики. При этом финансовая стабильность в стране может быть обеспечена только при сбалансированном бюджете, что требует бюджетной консолидации, которая может быть достигнута тремя основными путями: повышением налогов, снижением государственных расходов и сокращением налоговых льгот. Наиболее рациональным является именно оптимизация применения налоговых льгот, которая и приведет к сокращению налоговых расходов государства, что подтверждает актуальность нашей работы. Вследствие этого целью исследования является рассмотрение концепции налоговых расходов как инструмента оптимизации бюджетно-налоговой политики Республики Беларусь.

Налоговые льготы широко используются за рубежом практически во всех странах, а в кризисный и посткризисный период их число увеличилось. Определение налоговых льгот как отклонений от базовой структуры налогов позволило сформировать концепцию налоговых расходов бюджета, разработать подходы к их оценке и включить в бюджетный процесс многих государств. По своей сути налоговые льготы представляют собой налоговые расходы бюджета, так как бюджет теряет значительные денежные средства от их предоставления. Однако одновременно с началом их использования встал вопрос об обоснованности применения налоговых льгот и их эффективности для экономики страны.

На современном этапе в Республике Беларусь отсутствует налаженная система формирования сводной отчетности налоговых органов о суммах предоставленных льгот и оценке эффективности их применения. В настоящее время ведется учет льгот только в разрезе видов налогов и сборов, по которым они предоставляются [1, с. 305].

Один из применяемых на практике способов оценки эффективности налоговых расходов проводится по конкретной налоговой льготе, по отдельному налогу и по всей совокупности налогов и сборов в целом.

Оценка эффективности налоговой льготы проводится в двух аспектах: социальном, рассчитываемая по формуле (1), и бюджетном — по формуле (2).

$$\Theta_{\text{соц}} = \frac{\sum_{i=1}^k B_i}{k}, \quad (1)$$

где $\Theta_{\text{соц}}$ — коэффициент эффективности для льгот социального характера; k — число показателей групп А и В, учитываемых при оценке эффективности; B_i — балл, присвоенный i -му показателю.

$$\Theta_b = \frac{\text{НП}_{t_0+1} - \text{НП}_{t_0} \frac{I_{t_0+1}}{100}}{\text{ПБ}_{t_0+1}}, \quad (2)$$

где Θ_b — коэффициент бюджетной эффективности; НП_{t_0+1} — величина налоговых поступлений по данному виду налога по итогам первого года действия льготы; I_{t_0+1} — индекс-дефлятор ВВП в первом году действия льготы; НП_{t_0} — величина налоговых поступлений по данному виду налога по итогам года накануне введения льготы; ПБ_{t_0+1} — величина недополучения налога по данной льготе по итогам первого года действия льготы.

Применение указанных аспектов оценки льгот позволяет определить, насколько эффективно применение той или иной налоговой льготы. Это позволит сократить налоговые расходы государственного бюджета Республики Беларусь посредством организации комплексной и регулярной оценки эффективности налоговых льгот, их актуализации (многие льготы выполнили свою функцию или используются не по назначению и могут быть отменены), а также пересмотра и отмены ряда индивидуальных льгот [1, с. 305–306].

Литература

1. Рудый, К. В. Финансовая диета: реформы государственных финансов Беларуси / К. В. Рудый. — Минск : Звезда, 2016. — 464 с.

К.В. Рудый
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук М.А. Зайцева

ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВЩИКА И ПУТИ ЕГО ПОВЫШЕНИЯ

Прибыль является важнейшим показателем эффективности работы предприятия, источником его экономического развития. За счет нераспределенной прибыли страховые компании могут увеличивать размер собственного капитала, выполнять обязательства перед бюджетом,

кредиторами, осуществлять выплату дивидендов инвесторам. Свою прибыль страховщики, как и другие организации, используют для расширения финансово-хозяйственной деятельности (введение новых видов страхования, расширение территории предоставления своих услуг, снижение себестоимости оказываемых страховых услуг и др.). Следовательно, целью каждой страховой организации является поиск путей совершенствования финансового механизма формирования прибыли.

В страховой деятельности различают два вида прибыли: плановую (нормативную), которая заложена в структуру брутто-премии, и фактическую, полученную по результатам работы организации, — финансовый результат.

Конечный финансовый результат деятельности страховщиков складывается из доходов от проведения страховых, инвестиционных и финансовых операций, уменьшенных на сумму расходов по всем названным операциям [1].

По итогам 2015 г. страховые организации Республики Беларусь получили суммарную чистую прибыль размером 1469,7 млрд руб. По сравнению с предыдущим годом прибыль страховщиков выросла почти в 2 раза. В свою очередь в 2014 г. в силу кризисных влияний как на внутреннем, так и на внешнем мировых рынках наблюдалось незначительное снижение величины данного показателя по отношению к 2013 г. [2].

Ситуация в экономике, падение реальных доходов населения, сужение инвестиционных возможностей субъектов хозяйствования негативно повлияли на спрос на услуги страховых компаний, что привело к наличию убытка от текущей деятельности у большинства ведущих страховщиков республики.

Сложившиеся в последние годы тенденции свидетельствуют о том, что страховая деятельность не основной источник прибыли страховых компаний Республики Беларусь. Данными источниками являются средства страховых резервов, которые в силу своей экономической природы дают наибольшую и значимую прибыль при инвестировании. Финансовая деятельность, представляющая собой курсовые разницы от пересчета активов и обязательств, также играет немаловажную роль в формировании положительного финансового результата.

Поэтому в целях дальнейшего развития организации, повышения ее конкурентоспособности и расширения страховой деятельности следует искать пути увеличения финансового результата:

- рост страховых поступлений как по обязательным, так и добровольным видам страхования;
- снижение убыточности страховых операций;
- сокращение затрат компании, в частности управленческих расходов;
- положительное сальдо по операциям входящего и исходящего перестрахования;
- инвестирование средств страховых резервов.

Таким образом, в настоящее время прибыль от инвестиций служит в качестве основного финансового источника увеличения собственного капитала и развития страхового дела.

Литература

1. Куликов, С. В. Финансовый анализ страховых организаций : учеб. пособие / С. В. Куликов. — Ростов н/Д. : Феникс ; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2006. — 224 с.
2. Статистическая информация о состоянии рынка страховых услуг Республики Беларусь за 2013–2015 гг. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/ru/supervision/stat/>. — Дата доступа: 10.05.2016.

И.Г. Трипуз
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук М.А. Зайцева

СТРАХОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сегодня страхование выступает одним из стратегических факторов развития экономики любой страны и укрепления ее внешнеэкономических связей. Взаимоотношения всех участников мирового рынка в современных условиях глобализации приобретают исключительную прочность благодаря страхованию. Для предприятий это выражается в дополнительных гарантиях своих обязательств перед иностранными партнерами, для государства — в гармонично развивающейся инфраструктуре внутреннего и внешнего рынков.

С каждым годом количество международных торговых сделок растет, формы договоров усложняются, а уровень риска увеличивается. По оценкам экспертов ВТО, прирост глобальной торговли в 2014 г. составил около 2,8 %, а средний показатель за предыдущие три года — 2,4 %. В 2015 г. был запланирован прирост мирового товарооборота на 3,3 %, а в 2016 г. — до 4 % [1]. Благодаря геополитическому положению и сложившимся международным экономическим связям Беларусь принимает активное участие в мировых интеграционных процессах. Однако на протяжении ряда лет сальдо внешней торговли товарами и услугами остается отрицательным (в 2014 г. оно составило –458,7 млн дол. США) [2].

В свою очередь страхование во внешнеэкономической деятельности (ВЭД) имеет ряд особенностей: базируется на нормах международного законодательства, обладает специализированной терминологией и др.

РОЛЬ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УВЕЛИЧЕНИИ ВНЕШНЕТОРГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Ведущей компанией, осуществляющей страхование ВЭД в Республике Беларусь, является БРУПЭИС «Белэксимгарант». Наибольший удельный вес в страховом портфеле этой организации занимает добровольное страхование экспортных рисков с поддержкой государства. Его доля в 2015 г. составила 36 % (в 2014 г. — 30 %). Белэксимгарант — единственная в стране организация, осуществляющая данный вид страхования не только от коммерческих, но и от политических рисков. Основной ее задачей является заполнение на рынке страхования экспорта той ниши, которая остается по-прежнему свободной от влияния других страховых компаний. Страхование экспортных контрактов является эксклюзивным продуктом, обеспечивающим завершение сделки, а также консультативную помощь по существенным условиям. Страховой взнос относится на себестоимость продукции и способствует привлечению дополнительных валютных средств в нашу страну.

В качестве перспектив развития страхования ВЭД в Республике Беларусь можно назвать:

- совершенствование законодательной базы;
- создание необходимой инфраструктуры на национальном страховом рынке (андеррайтеры, сюрвейеры и др.);
- повышение капитализации страховых организаций за счет внутренних и внешних источников;
- формирование среды добросовестной конкуренции;
- обеспечение стимулирования спроса на страховые услуги со стороны населения;
- увеличение объемов поставки товаров на экспорт, достижение положительного сальдо торгового баланса.

Благодаря развитию страхования ВЭД деятельность национальных экспортеров приобретет новые масштабы, а наша страна сможет занять более удобные экономические позиции на мировом рынке.

Литература

1. Итоги мировой торговли товарами и услугами в 2014 году [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=3100&type=news>. — Дата доступа: 13.05.2016.
2. Основные показатели платежного баланса Республики Беларусь за 2009–2015 годы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/BalPay/Indicators6/Annual/>. — Дата доступа: 13.05.2016.

В современных условиях формирования Евразийского экономического союза (ЕАЭС) для Республики Беларусь особую актуальность приобретает укрепление внешнеторгового потенциала, расширение сфер взаимодействия с другими странами и улучшение инвестиционной привлекательности. Стратегической возможностью, способствующей развитию торгового потенциала, является экспорт различного рода услуг, в частности, транспортных, логистических, и соответственно развитие крупной транспортно-логистической системы.

Работа в данной сфере в национальной экономике велась в соответствии с Программой развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года. В ходе выполнения Программы были проведены мероприятия по повышению привлекательности белорусской транспортной и логистической инфраструктуры для иностранных инвесторов и перевозчиков: были введены в действие новые транспортно-логистические центры, внедрены передовые информационные системы, произошла модернизация структуры дорожного покрытия в различных регионах страны.

Однако несмотря на это, в стране до сих пор существует ряд проблем, которые препятствуют развитию логистической системы. К ним следует отнести низкое качество логистических услуг, высокие издержки на услуги логистических операторов, высокую зависимость от транзитного грузопотока из Европейского союза в Российскую Федерацию, неразвитость сети 3PL- и 4PL-провайдеров, а вследствие этого ограниченность ассортимента предлагаемых транспортно-логистических услуг и др.

Так, особо негативное влияние на развитие логистического и внешнеторгового потенциала Республики Беларусь в условиях функционирования ЕАЭС оказывает принцип резидентства. Согласно этому принципу белорусские импортеры могут растаможить свои товары только в таможенном органе по месту регистрации, что увеличивает время и издержки на перевозку и соответственно транспортные расходы, которые включаются в цену товара. Полагаем, что отмена данного принципа будет способствовать существенному увеличению потока декларируемых товаров, что в свою очередь приведет к увеличению спроса на услуги таможенных представителей и перевозчиков, позволит значительно повысить загрузку складских терминалов за счет других государств—членов ЕАЭС. Как следствие, повысится приток

денежных средств (в том числе и иностранной валюты) в государственный бюджет.

Кроме того, для решения всех названных проблем Республике Беларусь совместно с государствами—членами ЕАЭС целесообразно провести комплекс мероприятий по следующим направлениям:

- унификация и модернизация законодательства ЕАЭС в области международных и внутриинтеграционных перевозок, взаимодействие с транспортно-логистическими центрами и кластерами за пределами ЕАЭС;
- формирование сети международных мультимодальных транспортно-логистических центров, модернизация международных транспортных коридоров на территории стран ЕАЭС;
- реконструкция объектов таможенной инфраструктуры и упрощение таможенных процедур, внедрение современных ИТ-технологий (RFID-кодирования, навигационных систем).

Представляется, что реализация предложенных мероприятий создаст благоприятные условия для осуществления внешнеэкономической деятельности, развития экспорта товаров и услуг и укрепления позиций Республики Беларусь на международном рынке, привлечения транзита грузов по территории страны.

СЕКЦИЯ 4

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

О.И. Быкова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Д.Е. Унгул

ИЗМЕНЕНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КРЕДИТНОГО РИСКА БАЗЕЛЬ II (ОБНОВЛЕННЫЙ СТАНДАРТИЗИРОВАННЫЙ ПОДХОД)

Мировой финансовый кризис выявил ряд недостатков, присущих стандартизированному подходу, изложенному в Базель II.

В связи с этим в декабре 2015 г. вышел консультативный документ Базельского комитета по банковскому надзору *Revisions to the Standardised Approach for credit risk*, предусматривающий изменения в методике расчета показателей капитала [1]. Ключевыми нововведениями документа являются:

- подход к оценке риска по требованиям к банкам основывается не только на внешних рейтингах, но и учитывает зависимость между платежеспособностью банков и состоянием экономической конъюнктуры, а также соблюдением обязательных минимальных нормативных требований;
- более лояльное отношение к оценке кредитного риска по требованиям к малым и средним предприятиям, к которым при прочих равных условиях применяется коэффициент риска 85 %;
- ужесточение подходов к оценке требований, возникающих в результате осуществления объектного, товарного и проектного финансирования;
- применение более высокого коэффициента риска в отношении инструментов капитала;
- требования, обеспеченные недвижимостью, оцениваются исходя из соотношения суммы требования к стоимости залога, а также из того, что больше влияет на исполнение обязательств: денежный поток, генерируемый заложенным имуществом, или иные источники погашения.

Существующий в Беларуси нормативный подход к оценке кредитного риска, определенный в Инструкции № 137 [2], основан на стандартизированном подходе Базель II, поэтому является целесообразным рассмотреть влияние указанных выше изменений на белорусские банки.

Моделирование оценки кредитного риска двух белорусских банков (малого и крупного) с применением обновленного стандартизиро-

ванного подхода привело к снижению их показателей достаточности нормативного капитала. Наибольшее снижение произошло в крупном банке ввиду осуществления им большего количества активных операций, значительная часть требований по которым в соответствии с обновленным стандартизированным подходом будет взвешиваться на более высокий коэффициент риска.

При этом ни в одном из банков значения нормативов достаточности нормативного капитала не снизились до уровня ниже минимального нормативного значения.

В обоих банках произошли изменения в профиле кредитного риска в расчете показателя достаточности нормативного капитала (RWA):

- снизился удельный вес требований с коэффициентом риска 100 %;
- увеличился удельный вес требований с коэффициентом риска 150 %;
- появились категории риска с новыми коэффициентами (60, 90, 250 % и др.).

Исследование показало, что обновленный стандартизированный подход позволяет более объективно оценивать кредитный риск, способствует повышению эффективности управления рисками и капиталом банка.

Литература

1. Revisions to the Standardised Approach for credit risk: second consultative document [Electronic resource] // Basel Committee on Banking Supervision. — Mode of access: <http://www.bis.org/bcb/publ/d347.pdf>. — Date of access: 15.02.2016.

2. Инструкция о нормативах безопасного функционирования для банков и небанковских кредитно-финансовых организаций [Электронный ресурс] : утв. постановлением Правления Нац. банка Респ. Беларусь, 28 сент. 2006 г., № 137; в ред. постановления Правления Нац. банка Респ. Беларусь от 11.12.2015 г., № 735 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2015.

Н.С. Винник
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л.К. Голенда

ЭЛЕКТРОННЫЕ РАСЧЕТЫ В ЭКОНОМИКЕ БЕЛАРУСИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Компьютеризация всех сфер деятельности человека, начатая в конце XX ст. и бурно развивающаяся по настоящее время, сделала современную экономику умной и интеллектуальной. Основной состав-

ляющей сетевой экономики является электронный бизнес, расчеты в котором осуществляются на основе электронных денег.

Электронные деньги — хранящиеся в электронном виде единицы стоимости, выпущенные в обращение в обмен на наличные или безналичные денежные средства и принимаемые в качестве средства платежа [1].

Сегодня наиболее известные системы в Республике Беларусь это: EasyPay (ОАО «Белгазпромбанк»), WebMoney (ОАО «Технобанк»), электронные деньги ОАО АСБ «Беларусбанк», «Белагропромбанк» через платежные карточки посредством платежных систем БЕЛКАРТ, Visa, MasterCard. Электронные деньги хранятся в электронных кошельках. В качестве электронного кошелька может выступать платежная карточка, программное обеспечение компьютера и иное программно-техническое устройство. Электронные деньги позволяют совершать достаточно широкий спектр различных платежей. Электронные деньги используются при оплате за коммунальные платежи, сотовую связь, Интернет, коммерческое телевидение, платежи в интернет-магазинах, прямой перевод средств на указанный электронный кошелек, эмиссию электронного чека на определенную сумму и передачу этого чека получателю платежа.

Существуют различные способы совершения операций с электронными деньгами. Электронные деньги разделяют на 2 вида носителей: на базе карт (card-based) и на базе сетей (network-based).

Для электронных денег характерны доступность, быстрота, мобильность, легкость, высокая портативность. Среди недостатков выделяют отсутствие правового регулирования, существование только в системе, в рамках которой они эмитированы, необходимость подключения к Интернету, возможные сбои системы [3].

Большинство экономистов считают, что традиционные деньги уже в ближайшем будущем потеряют свою функцию универсального платежного средства и будут заменены электронными деньгами, об этом свидетельствуют данные, приведенные в таблице [2].

Рост рынка электронных денег

Показатель	Год			
	2012	2013	2014	2015
Сумма эмитированных электронных денег, млн руб.	2 147 986,7	2 703 574,1	3 277 291,3	2 883 176
Использовано электронных денег, млн руб.	2 402 395,6	3 070 236,9	3 873 198,0	2 814 543
Операции с электронными деньгами, млн руб.	12 634 603	12 687 782	13 569 454	7 001 984
Количество открытых электронных кошельков	1 644 673	2 104 712	2 858 611	167 123

Очевидно, что электронные деньги получили распространение на территории Республики Беларусь, и в определенный момент выпуск такой валюты достигал высоких темпов, однако введение обязательной идентификации владельцев кошельков лишило электронные деньги основного преимущества — инкогнито владельца, поэтому в 2015 г. электронных денег было эмитировано на 12% меньше, а общая сумма операций уменьшилась на 48 %. Однако в 2016 г. ожидается дальнейшее ускорение развития электронных денег [2].

Литература

1. Электронные деньги [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://nbrb.by/payment/e-money>. — Дата доступа: 27.04.2016.
2. Электронные деньги. Декрет Президента № 6 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://byfin.by/zhurnal-byfin/analitika/elektronnyye-dengi-dekretn6-iz-pushki-po-vorobyam>. — Дата доступа: 27.04.2016.
3. Электронные деньги [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://fotogeorgq.blogspot.com.by/p/blog-page_06.html. — Дата доступа: 27.04.2016.

А.О. Качан
Н.И. Гинько
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г.С. Кузьменко

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПЛАТЕЖНОГО БАЛАНСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях многие страны, в том числе Республика Беларусь, сталкиваются с дефицитом платежного баланса, обусловленным как внешними, так и внутренними факторами. В связи с этим анализ проблем, связанных с регулированием платежного баланса, является весьма актуальным.

В Республике Беларусь в течение 2005–2015 гг. сальдо платежного баланса было отрицательным, за исключением 2005, 2007 и 2011 гг. Усиление данной негативной тенденции наблюдалось в 2012–2014 гг., за это время отрицательное сальдо увеличилось с –359,0 до –3410,3 млн дол. США [2].

Основными источниками формирования отрицательного сальдо в республике являются дефицит счета текущих операций и дефицит финансового счета. За рассматриваемый период небольшое положительное сальдо по этим счетам (458,6 и 46,0 млн дол. США соответственно) наблюдалось только в 2005 г. Негативная динамика сальдо счета текущих операций обусловлена в основном отрицательным сальдо торгового баланса, что является следствием ряда проблем,

например, отсутствие новых «точек роста», т.е. значимых товаров, которые позволили бы существенно нарастить экспортную выручку; резкое сокращение поставок так называемых инвестиционных товаров (грузовых автомобилей, тракторов и т.д.) на экспорт. По статье «Услуги» хотя и наблюдается постоянный рост положительного сальдо (почти в 2 раза), но вместе с тем за анализируемый период экспорт услуг возрос в 3,4 раза, а их импорт — в 5 раз, что со временем может привести к ухудшению сальдо по данной статье.

Отрицательное сальдо платежного баланса оказывает негативное воздействие на стабильность национальной валюты и экономику страны. Одним из отрицательных последствий является рост внешнего долга государства. С 1 января 2005 г. внешний долг Беларуси вырос почти в 8 раз и на начало 2016 г. составил 38,2 млрд дол. США. Отношение валового внешнего долга страны к ВВП составило 62,4 % [1].

Для регулирования сальдо платежного баланса обычно используются меры, направленные на стимулирование экспорта, сдерживание импорта, привлечение иностранных инвестиций, ограничение вывоза капиталов. Одной из действенных в мировой практике мер является девальвация. В результате трех последних девальваций (в 2009, 2011 и 2014–2015 гг.) белорусский рубль обесценился по отношению к доллару США в 7 раз. Однако, как показывает практика, в нашей стране девальвация не дает ожидаемого эффекта. Кроме того, девальвация обуславливает увеличение давления внешнего долга на бюджет.

На наш взгляд, более эффективными мерами регулирования сальдо платежного баланса Республики Беларусь в современных условиях являются: максимальное использование возможностей наращивания экспорта услуг для улучшения сальдо внешней торговли; создание условий для привлечения инвестиций в экспортные отрасли производства, в частности, снижение ставок налогов на недвижимость и землю, расширение процесса приватизации государственной собственности; принятие мер по повышению эффективности деятельности предприятий-экспортеров и конкурентоспособности белорусских товаров, в том числе за счет развития интеграционных процессов в ЕАЭС; укрепление сотрудничества с МВФ и другими международными финансовыми и экономическими организациями.

Литература

1. Государственный долг Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/>. — Дата доступа: 02.05.2016.
2. Платежный баланс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/BalPay/>. — Дата доступа: 02.05.2016.

Е.А. Кондратчик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Ж.В. Бобровская

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФОРФЕЙТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Беларусь поддерживает торговые отношения более чем со 180 государствами мира. Основным торговым партнером Беларуси является Российская Федерация (более 40 % белорусского экспорта и более 50 % объема импорта). Второе место в товарообороте Беларуси занимает Европейский союз (более 30 % белорусского экспорта и 20 % импорта). Республика Беларусь имеет наиболее развитые торгово-экономические отношения с Великобританией, Германией, Литвой, Польшей и Латвией [1].

В целях совершенствования торговых отношений со странами Европейского союза и Российской Федерацией в Республике Беларусь появилось понятие форфейтинга — формы финансирования экспорта путем покупки банком или специализированной форфейтинговой компанией долговых требований экспортера на полный срок и на заранее установленных условиях без права регресса к продавцу.

9 октября 2006 г. АСБ «Беларусбанк» стал первым представителем Беларуси в Международной форфейтинговой ассоциации.

Республика Беларусь является полноправным членом банковского и финансового сообщества, поэтому 17 февраля 2015 г. был принят Указ Президента Республики Беларусь № 69 «Об использовании векселей», вступивший в силу 21 мая 2015 г., который направлен на активизацию экспорта путем внедрения форфейтинговых сделок.

Предусмотренный Указом финансовый механизм дает возможность экспортерам предоставлять покупателям-нерезидентам длительные отсрочки по оплате отгруженных товаров (сверх установленных сроков завершения внешнеторговых операций), а также позволяет оперативно получать денежные средства за экспортируемую продукцию по факту отгрузки от финансирующих организаций.

В соответствии с требованиями постановления Национального банка Республики Беларусь от 30 апреля 2015 г. № 267 «Об установлении критериев в отношении банков-нерезидентов, выпускающих и авалирующих векселя» банки-нерезиденты, выпускающие или авалирующие векселя, должны иметь не менее чем двух международных рейтингов, присвоенных рейтинговыми агентствами Fitch Raiting's, Standard & Poors, Moody's Investor Service.

В Республике Беларусь рейтинги как минимум 2 агентств имеют 6 банков: Беларусбанк, БПС-Сбербанк, Белагропромбанк, Белинвестбанк, Белгазпромбанк, Банк БелВЭБ.

Помимо банков и небанковских кредитно-финансовых организаций учет векселей вправе осуществлять юридические лица с уставным фондом не менее 50 тыс. евро на дату учета векселя [2].

Следует отметить, что проблемами форфейтинга во внешнеторговых операциях являются: процедура заключения и оформления сделки довольно сложна и занимает много времени; недостаточно развита юридическая база для функционирования форфейтинговых сделок; организация большого количества форфейтинговых сделок требует наличия у банков «длинных» денег; низкий рейтинг банковской системы Республики Беларусь; высокие страновые процентные риски; неразвитость рынка ценных бумаг в Республике Беларусь.

Решениями представленных проблем могут быть: упрощение процедуры заключения сделки путем синдицирования банков-форфейтеров; ввод обязательных образований синдикатов форфейтеров для организации крупных сделок; ускорение процедуры принятия нормативных документов, обеспечивающих создание правовых предпосылок для развития рынка форфейтинга; создание условий для развития организаций, оказывающих услуги инфраструктурного характера участникам рынка ценных бумаг.

Литература

1. Внешняя торговля Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mfa.gov.by/export>. — Дата доступа: 28.03.2016.
2. Об использовании векселей [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 17 фев. 2015 г., № 69 / Нац. банк Респ. Беларусь. — Режим доступа: http://www.nbrb.by/Legislation/documents/E_69.pdf. — Дата доступа: 28.03.2016.

М.С. Корневская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г.С. Кузьменко

ВЗАИМОСВЯЗЬ ДЕВАЛЬВАЦИОННЫХ И ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях интернационализации и глобализации во всех странах усиливается взаимосвязь инфляционных и девальвационных процессов. В Республике Беларусь, являющейся страной с малой открытой экономикой, данная взаимосвязь имеет ярко выраженный характер. Так, согласно исследованиям, доля факторов в вариации прироста ИПЦ следующая: динамика обменного курса белорусского рубля — 25 %, рост заработной платы — 20 %, инфляционные ожидания и другие факторы — 55 % [1]. При этом нужно иметь в виду, что инфляционные ожидания в значительной степени подпитываются девальвационными ожиданиями. Таким образом, вопрос о взаимосвязи девальвации и инфляции в Беларуси является весьма

актуальным для определения мер повышения эффективности денежно-кредитного и валютного регулирования.

Наличие взаимосвязи между инфляционными и девальвационными процессами теоретически обосновано в концепции паритета покупательной способности, для ее количественной оценки применяются корреляционно-регрессионные и экономико-математические модели. В частности, на основе экономико-математического моделирования выявлено, что обесценение белорусского рубля на 1 % ведет к росту ИПЦ на 0,64 % [2]. Перспективным направлением при оценке взаимосвязи девальвационных и инфляционных процессов является использование QPM-модели на основе трансмиссионного анализа. Такая модель в настоящее время применяется в Чехии как вспомогательный инструмент для повышения эффективности проведения инфляционного таргетирования [3].

С 2015 г. отличительной особенностью денежно-кредитного и валютного регулирования в Республике Беларусь является сочетание монетарного таргетирования и режима управляемого плавления валютного курса. Однако в теории и на практике выделяется ряд проблем такого подхода: сложность контролирования спроса на деньги, отказ от контроля над ожиданиями, невозможность эффективного согласования регулирующих мер в случае воздействия внешнего шока и т.д. Результаты монетарного таргетирования в Беларуси в 2015 г. (фактическое значение прироста широкой денежной массы превысило целевое на 6,5 %) также свидетельствуют, что данный режим в сочетании с режимом управляемого плавления валютного курса недостаточно эффективен, возможно, именно в связи с девальвационным давлением, ослабляющим контроль Национального банка над денежным предложением.

Учитывая данные результаты, а также основываясь на мировом опыте, можно сделать вывод, что в перспективе Национальному банку Республики Беларусь необходимо переходить к режиму таргетирования инфляции в сочетании с плавающим курсом национальной валюты. Для этого необходимо выполнение ряда условий: сбалансированность доходов и расходов государственного бюджета; отсутствие фискального доминирования над монетарной политикой; развитость и устойчивое функционирование денежного рынка и национальной финансовой системы; либерализация цен; информационная открытость и транспарентность монетарной политики; автономия целей Национального банка; моделирование и прогнозирование развития экономики и инфляции; контроль Национальным банком краткосрочных процентных ставок и т.д.

Следует отметить, что отсутствие некоторых условий не является препятствием для начала переходного периода к введению режима инфляционного таргетирования. Но при этом необходимо учитывать высокий уровень долларизации экономики Беларуси и низкий уровень доверия к финансовым институтам как основные проблемы, с

которыми Беларусь потенциально столкнется на пути к реализации инфляционного таргетирования.

Литература

1. *Мирончик, Н. О.* О влиянии обменного курса на инфляцию / Н. О. Мирончик, С. Н. Профатилев // Банк. вестн. — 2015. — № 9. — С. 26–34.
2. *Бобрович, В. В.* Система валютного курсообразования в Республике Беларусь в условиях девальвационных ожиданий: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / В. В. Бобрович ; БГЭУ. — Минск, 2014. — 23 с.
3. *Демидов, К. В.* Трансмиссионный механизм денежно-кредитной политики в странах с переходной экономикой / К. В. Демидов // Белорус. экон. журн. — 2006. — № 1. — С. 129–134.

А.С. Лях
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.Н. Жук

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях одной из важнейших проблем в инвестиционной деятельности выступает организация ее финансирования. Проанализировав практику финансирования инвестиционных проектов целесообразно на примере ОАО «Банк развития Республики Беларусь», которым за 2015 г. сформировано около 60 % прироста совокупного портфеля инвестиционных кредитов юридическим лицам. Отметим, что подходы к финансированию инвестиционных проектов Банком развития с 2016 г. существенно меняются: Банк становится единственным каналом представления льготных долгосрочных кредитов на новые проекты, финансирование которых будет осуществляться на конкурсной основе [1].

В условиях перехода к конкурсному финансированию проектов апробирована методика конкурсного отбора заявителей в рамках реализации инвестиционных проектов по строительству молочно-товарных ферм (МТФ), которая предполагает проведение четырех этапов.

1-й этап является предварительным и характеризуется проведением анализа представленных документов, а также оценкой конкурсных предложений на соответствие квалификационным требованиям. По результатам 1-го этапа формируется перечень заявителей, допущенных к конкурсному отбору. В рамках конкурса было рассмотрено 26 инвестиционных проектов заявителей.

По результатам 1-го этапа соответствие необходимым требованиям выявлено у четырех заявителей, которые включаются в перечень участников конкурсного отбора и допускаются к участию во 2-м этапе.

На 2-м этапе проводится сравнительный анализ показателей эффективности, финансовой реализуемости проектов участников, а также их текущего финансового состояния без учета планируемых к реализации инвестиционных проектов. В результате проведенного анализа осуществляется ранжирование четырех участников конкурсного отбора, которое проводится в соответствии с разработанной методикой интегральной оценки конкурсных предложений.

На 3-м этапе проводится анализ бизнес-планов инвестиционных проектов участников, составленный в порядке убывания значения интегрального показателя. В результате анализа определено, что все 4 инвестиционных проекта реализуются финансово-устойчивыми предприятиями. Проекты являются экономически эффективными и финансово реализуемыми.

4-й этап является заключительным, участники выступают с презентацией проекта. По его результатам комиссия определяет победителей. В данном случае целесообразно финансирование всех четырех участников в силу реализуемости и эффективности проектов.

В целом, можно утверждать об эффективности проанализированной методики. Применение конкурсного принципа обеспечит отбор наиболее обоснованных и реализуемых проектов, что подразумевает направление ограниченных ресурсов на наиболее эффективные инвестиционные проекты.

Таким образом, необходимость финансирования инвестиционных проектов на конкурсной основе можно обосновать следующими факторами: эффективное использование ограниченных ресурсов; отбор наилучших проектов с точки зрения реализуемости; органы госуправления не смогут оказывать прямое влияние на существенные параметры проекта; обеспечение равного доступа к ресурсам банка субъектов хозяйствования всех форм собственности, что будет способствовать развитию конкурентной среды в Республике Беларусь. Следовательно, необходима разработка аналогичных методик, предполагающих финансирование инвестиционных проектов в других приоритетных для государства отраслях, что подразумевает подбор конкретных показателей с учетом опыта 2016 г.

Литература

1. О государственных программах и оказании государственной финансовой поддержки : Указ Президента Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 106 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2016. — № 1/16339.

А.О. Оксенюк

Н.О. Швец

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г.И. Кравцова

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БАНКА РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Актуальность выбранной темы заключается в том, что Банк развития Республики Беларусь (БРРБ) является новым кредитно-финансовым институтом, осуществляющим широкомасштабную деятельность на рынке банковских услуг.

Задачей исследования является анализ особенностей деятельности БРРБ на рынке банковских услуг, определение его значимости в развитии экономики Республики Беларусь.

БРРБ был создан в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 21 июня 2011 г. № 261. Учредителями банка стали Совет Министров, Национальный банк Республики Беларусь, часть акций приобрело ОАО «Беларуськалий». Капитал БРРБ составляет 800 млн дол. Среди банков Республики Беларусь по активам БРРБ занимает 4-е место, по капиталу — 2-е место, по прибыли — 2-е место.

Главной целью деятельности БРРБ является развитие системы финансирования государственных программ и реализация социально значимых инвестиционных проектов. В связи с этим перед банком поставлены следующие задачи: финансирование долгосрочных и капиталоемких инвестиционных проектов в рамках реализации государственных программ и мероприятий; приобретение активов, сформированных другими банками в рамках реализации государственных программ и мероприятий; предоставление льготных экспортных кредитов для поддержки крупных (свыше 1 млн дол. США) проектов отечественных предприятий-экспортеров.

БРРБ имеет пятидесятипроцентную долю в кредитовании государственных программ, с 2016 г. БРРБ выступает в качестве единого координатора по кредитованию всех государственных программ [2].

Структура кредитного портфеля банка следующая: 27,7 % — вложения в сельское хозяйство; 21,8 % — в промышленность; 16,8 % — в транспорт и связь; 12,1 % — в недвижимость; 3,2 % — в торговлю; 18,3 % — в другие отрасли [3].

Банку дано исключительное право выступать в качестве агента Правительства Республики Беларусь по обслуживанию и погашению внешних государственных займов.

БРРБ стремится быть лучшим партнером для нерезидентов. Так, он является партнером более 70 банков из ЕС, Азии, Африки и СНГ, сотрудничает с МФИ: Всемирным банком, Государственным Банком развития Китая, МВФ, признан большинством международных экспортно-кредитных агентств: Euler Hermes (Германия), Coface (Франция), Eximbank (США) и др. [1].

Таким образом, БРРБ оказывает существенное влияние на реализацию государственных программ и социально значимых проектов.

Литература

1. Струк, Т. Г. Роль, задачи и функции национальных банков развития / Т. Г. Струк // Банк. вестн. — 2014. — № 12. — С. 42–47.
2. Банк развития Республики Беларусь [Электронный ресурс] / БРРБ. — Режим доступа: <http://brrb.by/>. — Дата доступа: 04.04.2016.
3. Презентация по деятельности БРРБ [Электронный ресурс] / БРРБ. — Режим доступа: http://brrb.by/assets/upload/presentation%202016/BRRB%20presentation_RUS%2029.04.pdf/. — Дата доступа: 04.04.2016.

А.Н. Радивоник
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ж.Д. Данилович

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КРЕДИТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Государственный кредит является важнейшим дополнительным источником мобилизации финансовых ресурсов на нужды страны.

Основными проблемами новых заимствований Республики Беларусь являются эффективность, определение допустимых размеров и источников их покрытия. Иностранные кредиты предоставляются в валюте, что приводит к валютным рискам.

Существуют альтернативные варианты привлечения денежных средств, такие как размещение суверенных государственных облигаций. Цена размещения облигаций зависит от кредитного рейтинга страны. На конец 2015 г. международное агентство Standard&Poor's подтвердило рейтинги Беларуси на уровне В-/В, прогноз стабильный.

25 марта 2016 г. ЕАЭС одобрил выделение финансового кредита в размере 2 млрд дол. США. 30 марта в республиканский бюджет поступил первый транш в размере 500 млн дол. США. Средства будут предоставлены семью траншами в течение 2016–2018 гг.

За период с 2000 по январь 2016 г. величина валового внешнего долга Беларуси увеличилась в 17 раз (с 2224,7 млн дол. в 2000 г. до 38 275 млн дол. в 2016 г.). С 2001 по 2016 г. произошло значительное увеличение внутреннего госдолга Республики Беларусь — в 167 раз в номинальном выражении. По состоянию на 01.01.2016 уровень внутреннего госдолга составил 97,4 трлн бел. руб. при лимите в 60 трлн бел. руб. Стране и дальше придется одалживать деньги для того, чтобы реструктурировать долги, и с каждым годом занимать их становится все сложнее [1].

Для Республики Беларусь существует несколько вариантов по снижению зависимости от иностранных кредиторов и государственного долга:

- 1) расширение использования долговых ценных бумаг в целях ликвидации одной из главных причин роста внешнего долга — отрицательного сальдо платежного баланса;
- 2) обмен внешнего долга на инвестиции. Выгода страны-должника в том, что платеж в валюте заменяется платежом в рублях;
- 3) усовершенствование экспортно-импортной политики или обмен долга на экспорт позволяет осваивать новые рынки сбыта, тем самым повышая конкурентоспособность страны;
- 4) поступления от приватизации государственной собственности иностранным инвесторам. Приватизация должна обеспечить переход к более свободной экономике, в меньшей степени централизованной и регулируемой государством [2].

Для снижения долговой нагрузки были произведены следующие мероприятия:

- 1) в 2012 г. — первый выпуск внутреннего заимствования в иностранной валюте;
- 2) утверждена Программа поддержки и развития экспорта в Республике Беларусь на 2016–2020 годы;
- 3) в Республике Беларусь на протяжении свыше 10 лет функционируют 6 свободных экономических зон, что создает благоприятный инвестиционный климат для иностранных предприятий.

Литература

1. Государственный долг: как и кому будет платить Беларусь в 2015-м // Финансовый директор. — 2015. — № 9. — С. 10–12.
2. О республиканском бюджете на 2015 год [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 30 дек. 2014 г., № 225-3 / М-во финансов Респ. Беларусь. — Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/upload/bp/act/zakon_301214_225z.pdf/. — Дата доступа: 25.03.2016.

В.И. Рымжа
В.В. Шишко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук К.А. Забродская

ПРИМЕНЕНИЕ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Активное развитие цифровых банковских технологий обосновало необходимость предоставления надежных и эффективных продуктов и услуг, обеспечивающих высокий уровень конфиденциальности и бе-

зопасности в области электронного взаимодействия банков и клиентов. Вследствие этого применение биометрических технологий (БТ) защиты информации, основанных на определении уникальных биологических характеристик человека, является одной из основных задач Стратегии развития цифрового банкинга в Республике Беларусь на 2016–2020 годы, что подтверждает актуальность темы нашего исследования.

Согласно результатам отчета Global Forecast мировая выручка от реализации БТ с 2009 по 2014 г. увеличилась в три раза и составила более 9 млрд дол. Прогнозируется, что объем рынка БТ в 2020 г. составит 24 млрд дол.

По сравнению с классическими методами защиты информации БТ имеют следующие преимущества: максимальный уровень информационной безопасности, легкий ввод идентификационных данных, высокая скорость биометрического процесса подтверждения личности, удобство использования и низкий риск мошенничества. Биометрические технологии невозможно украсть, потерять или забыть, невозможно перехватить или подделать, они всегда при себе.

В сфере банковского обслуживания БТ позволяют устранить риски по операциям с кредитами, депозитами и при совершении мобильных транзакций.

Выбор БТ в основном базируется на двух ключевых факторах: точности идентификации и стоимости соответствующего оборудования.

В настоящее время в Республике Беларусь биометрические технологии применяют в своей практике следующие коммерческие банки: ОАО «Белгазпромбанк» и ОАО «Белинвестбанк» — аутентификация на основе технологии Touch ID (сканер отпечатков пальцев); «Приорбанк» ОАО — аутентификация на основе платформы VoiceKey.AGENT, позволяющей комбинировать голосовую аутентификацию с номером телефона конкретного клиента, что дает возможность значительно сократить время его идентификации.

Решение VoiceKey.AGENT имеет клиент-серверную архитектуру и состоит из следующих составляющих: сервера биометрии (выполняет построение и сравнение биометрических моделей), базы моделей голосов клиентов (обеспечивает хранение биометрических моделей), сервера приложений (реализует функции модулей сопряжения с CRM-системой и телефонией и модуля логики работы), клиентского приложения оператора контакт-центра. Архитектура VoiceKey.AGENT позволяет легко интегрироваться со сторонними системами посредством защищенных стандартных интерфейсов и четко описанной системы взаимодействия.

Несмотря на то что биометрические технологии относительно дороже своих конкурентов, их внедрение оказывается экономически выгодным, поскольку они устраняют необходимость администрирования паролей, дозакупки материальных идентификаторов, а также способствуют снижению возможности утечки информации или проведения незаконных операций.

Полученные результаты исследования могут быть использованы в учебном процессе при подготовке высококвалифицированных специалистов финансово-банковской сферы в области информационной безопасности, а также в практической деятельности банков при внедрении цифровых технологий.

Литература

Биометрия по голосу и лицу при удаленном обслуживании [Электронный ресурс] / Центр речевых технологий. — Режим доступа: http://www.speechpro.ru/upload/solution/pdf/keys_biometriya_v_udalennom_obslyzhivanii_2844.pdf. — Дата доступа: 27.03.2016.

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

Научный руководитель — доцент Н.Н. Говядинова

ЭВОЛЮЦИЯ Е-КОММЕРЦИИ: РЕВОЛЮЦИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ СЕКТОРЕ

Бурное развитие любого процесса или явления всегда вызывает растерянность среди специалистов. Как представляется, так и произошло с электронной коммерцией, которая, ворвавшись на рынок финансовых услуг, стала активно менять существующее экономическое мышление.

Электронная коммерция (от англ. e-commerce) — 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 [4].

В теоретическом плане сегодня становится актуальным рассмотрение терминологии в области электронной коммерции, вскрытие ее сущности, рассмотрение системы онлайн-платежей, особенности их внедрения и использования в Республике Беларусь, а также изучение перспектив.

Несмотря на определенные трудности, перспективы электронной и мобильной коммерции экспертами оцениваются с оптимизмом. В сети гораздо меньшее значение имеет сегментация потребителей по демографическому признаку, важнее четко выявлять их потребности и наиболее полно их удовлетворять. По данным PayPal, в России около 70 % активных пользователей сети Интернет, проживающих в 29 странах мира, используют электронную среду для совершения покупок. Лидерами здесь являются Китай (81 %), Япония, Индия, Великобритания (по 78 %), а в России показатель чуть ниже — 73 % [4].

Основная задача, которая сегодня стоит перед е-коммерцией, сводится к предложению максимально удобных систем идентификации клиента.

С технической стороны электронная коммерция в Беларуси находится на уровне мировых стандартов. Даже с точки зрения удобства для продавцов созданы «шоколадные» условия. Но развитию е-сшммерсе мешают информационный и законодательный вакуум. «Так вот: белорусский регулятор ожидает предложений. Он ждет, что к нему начнут приходить банки как поставщики услуг с предложением вывести конкретные услуги из тени и ввести их в законодательное поле. Но наши банки предпочитают сидеть и ждать. В результате очень многие сервисы, которые на Западе давно и успешно работают, у нас не внедрены, просто потому что их нет в законодательстве», — рассказал Александр Михайловский [3].

Однако, несмотря на все факторы электронной коммерции, самым главным и важным в данном вопросе сегодня является регулирование. Крэйг Джеймс: «Не надо никого заставлять пользоваться той или иной функцией. Когда что-то будет удобно, быстро, безопасно для использования, люди сами заинтересуются и захотят попробовать воспользоваться тем, что ново для них. И так, постепенно, они полностью перейдут на ту или иную сферу деятельности» [4].

Литература

1. Банковский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Кодекс Респ. Беларусь, 25 окт. 2000 г., № 441-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 13.07.2012, № 416-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр. правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.
2. Domestic cashless payment transactions [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kb.cz/en/people/individuals/domestic-cashless-payment-transactions.shtml>. — Дата доступа: 03.10.2015.
3. Электронная коммерция в Беларуси находится информационном и законодательном вакууме [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://beraid.by/e-commerce-в-беларуси-находится-информационно/>. — Дата доступа: 22.12.2015.
4. Смирнов, Н. А. Эволюция е-коммерции: революция в финансовом секторе [Электронный ресурс] / Н. А. Смирнов. — Режим доступа: http://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_20/Smirnov%20N.A.%20%28Osnovnoy%20razdel%29.pdf. — Дата доступа: 01.02.2016.

А.Д. Станкевич
Е.А. Синицына
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н.А. Соколова

ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью работы является исследование интернет-банкинга в Республике Беларусь, перспектив его развития. Актуальность темы подтверждается Указом Президента Республики Беларусь от 01.12.2015 г. № 478 «О развитии цифровых банковских технологий» и утвержденной Стратегией развития цифрового банкинга в Республике Беларусь на 2016–2020 гг.

Цифровая трансформация финансового бизнеса — это мировой тренд. Беларусь по доступности финансовых услуг и проникновению безналичных расчетов — один из признанных лидеров в СНГ. Безналичные операции в разрезе каналов взаимодействия на территории Беларуси за первое полугодие 2015 г. представлены в табл. 1.

Таблица 1

Информация о безналичных операциях в разрезе каналов взаимодействия по состоянию на 01.07.2015 г.

Канал взаимодействия	Количество безналичных операций, тыс. ед.	Доля в общем количестве безналичных операций, %	Сумма безналичных операций, млрд руб.	Доля в общей сумме безналичных операций, %
СДБО	51 294,9	15,4	9 518,96	19,5
Терминалы в ОТС	230 342,6	69,1	30 236,4	62,1
Терминалы в ПВН	5349,9	1,6	3373,9	6,9
Инфокиоски	23 763,8	7,1	2866,9	5,9
Банкоматы	16 582,6	5,0	952,7	2,0
Интернет-магазины	1925,3	0,6	483,5	1,0
Другие	3945,3	1,2	1272,1	2,6
Всего	333 204,4	100	48 704,5	100

Банками Республики Беларусь предоставляются СДБО для физических (21 банк) и юридических (26 банков) лиц. В табл. 2 представлена информация о количестве физических лиц — держателей карточек, подключенных к СДБО.

Сведения об основных показателях СДБО по состоянию на 01.07.2015 г. в разрезе видов представлены в табл. 3.

Динамика доли безналичных платежей с учетом данных Национального статистического комитета РБ представлена на рисунке.

Таблица 2

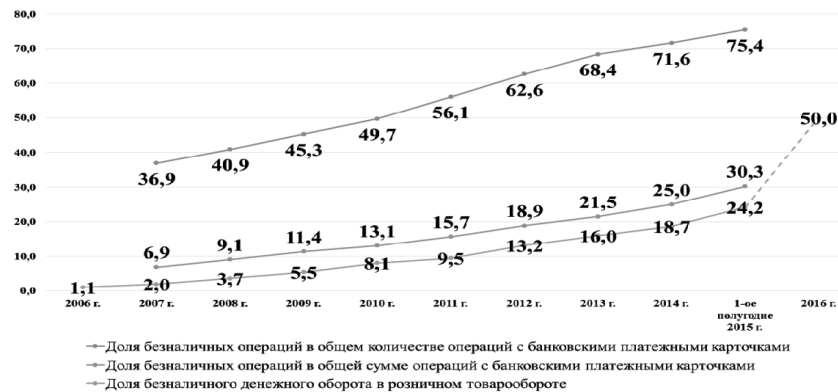
Информация о количестве физических лиц — держателей карточек, подключенных к СДБО (системе дистанционного банковского обслуживания)

Вид СДБО	Количество физических лиц, подключенных к СДБО, тыс. ед.
Интернет-банкинг	2130,8
SMS-банкинг	1133,3
Мобильный банкинг	256,2
ТВ-банкинг	13,6

Таблица 3

Безналичные операции, осуществленные через СДБО в Беларуси в первом полугодии 2015 г.

Вид СДБО	Количество операций, осуществленных через СДБО, тыс. ед.	Доля по количеству операций, %	Сумма операций, осуществленных через СДБО, млн руб.	Доля по сумме операций, %	Средняя сумма одной операции
Интернет-банкинг	35 934,7	70,1	8 163 488,48	85,5	227 175
SMS-банкинг	2717,5	5,3	111 781,29	1,2	41 134
Мобильный банкинг	10 682,9	20,8	1 158 512,8	12,2	108 445
ТВ-банкинг	5,9	0,01	525,75	0,01	89 504
Другие	1953,9	3,8	84 653,23	0,9	43 324
Всего	51 294,9	100	9 518 961,55	100	185 573



Доля безналичных операций в общем количестве операций с банковскими платежными карточками

Как видно, доля в розничном товарообороте в 24,2 % все еще далека от нормативных 50 %.

Можно выделить следующие основные задачи развития цифрового банкинга на 2016–2020 гг.: создание и внедрение межбанковской системы идентификации; разработка единых стандартов безопасности в области электронного взаимодействия; развитие каналов СДБО; развитие платежных агрегатов; цифровая трансформация рынка финансовых услуг и т.д.

Литература

Верес, И. Динамика развития рынка банковских платежных карточек Беларуси: эквайринг / И. Верес, А. Сотников // Банк. весн. — 2015. — № 7, 10. — С. 67–71.

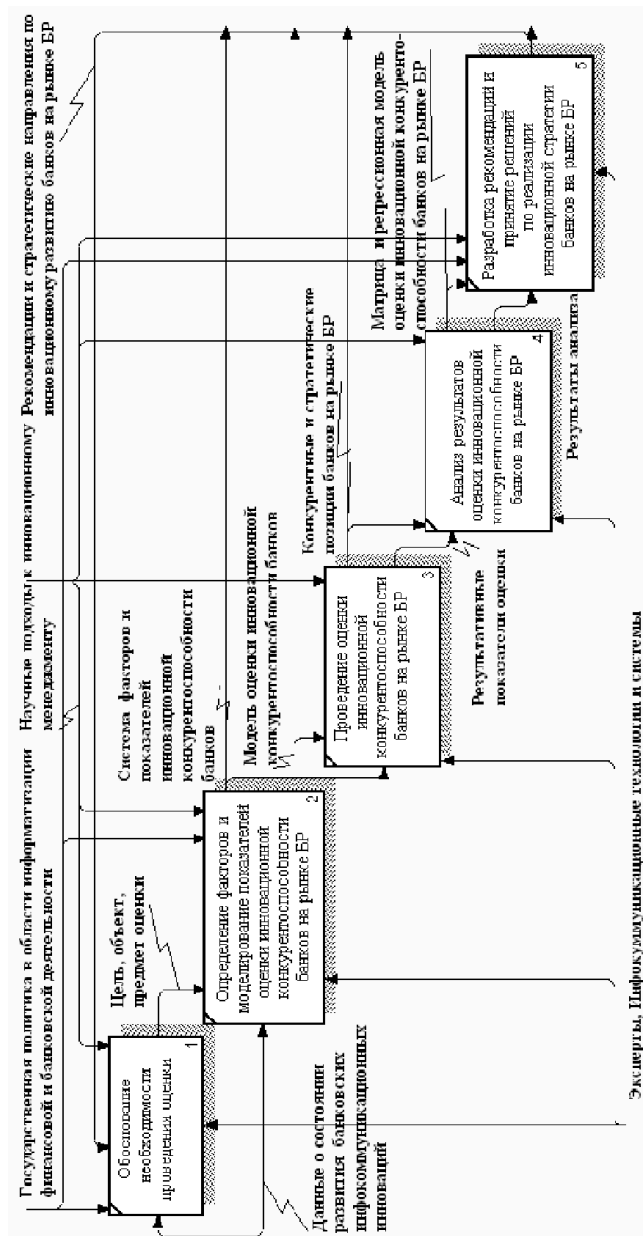
М.С. Хроменкова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук К.А. Забродская

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВ НА РЫНКЕ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ

В современных условиях рыночной экономики разработка и внедрение инновационных технологий проведения безналичных расчетов (ИТБР) является одним из приоритетных направлений государственной политики в области развития цифрового банкинга в Республике Беларусь. Реализация инфокоммуникационных инноваций, связанных с банковскими платежными карточками (БПК), электронными деньгами (ЭД), услугами дистанционного банковского обслуживания (ДБО) и единого расчетного информационного пространства (ЕРИП), позволит банкам расширить ряд оказываемых услуг, минимизировать затраты, увеличить прибыль и обеспечить высокий уровень конкуренции на финансовом рынке. Вследствие значимости ИТБР в стратегическом планировании банковского бизнеса решение задачи оценки инновационной конкурентоспособности банков имеет высокую важность. С этой целью нами разработан методический подход, основные этапы которого формализованы посредством авторской концептуальной модели (см. рисунок).

Определяется цель — оценка инновационной конкурентоспособности коммерческого банка (КБ) на рынке безналичных расчетов (БР) для определения позиций КБ и формирования инновационной стратегии его развития на рынке БР, предмет — факторы и показатели инновационной конкурентоспособности КБ, объект исследования — коммерческие банки.



Концептуальная модель оценки инновационной конкурентоспособности банков на рынке безналичных расчетов

Формируется система технологических и экономических факторов, которые соответственно определяются показателями предложений банков по ИТБР (эмиссия и эквайринг БПК, осуществление операций с ЭД, оказание услуг ДБО и ЕРИП) и показателем прибыли коммерческого банка.

На основе предложенной системы факторов и показателей и экономико-математических методов строится модель и рассчитываются индексы оценки инновационной конкурентоспособности КБ на рынке БР, строится рейтинг и определяются конкурентные позиции банка на рынке БР [1].

Определяются стратегические позиции КБ на рынке БР на основе построения двумерной матрицы «Индекс прибыли — Индекс предложения банков по ИТБР». Для прогностической оценки инновационной конкурентоспособности КБ строится регрессионная модель [1].

5. На основе полученных результатов разрабатываются стратегии по эффективному инновационному развитию КБ на рынке БР [1].

Научная и практическая значимость результатов исследования состоит в развитии методических положений по обеспечению инновационной конкурентоспособности банков для достижения конкурентных преимуществ на национальном и мировом финансовом рынках.

Литература

1. Хроменкова, М. С. Оценка конкурентоспособности банков на рынке инновационных технологий безналичных расчетов Республики Беларусь / М. С. Хроменкова, Е. А. Ефременко // НИРС БГЭУ : сб. науч. ст. Вып. 5. — Минск : БГЭУ, 2016. — С. 319–322.

СЕКЦИЯ 5

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (ПО ОТРАСЛЯМ)

И.Б. Белецкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.Г. Ускевич

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОВЕДЕНИИ АВС-АНАЛИЗА

Для всестороннего учета движения товаров, их контроля и полноценного анализа товарных групп активно развивающиеся организации в своей деятельности применяют следующие современные программные продукты: «СупермагПлюс», «Гедымин» и 1С «Бухгалтерия 7.7».

«СупермагПлюс» — торговая система, предназначена для управления товародвижением в розничной сети. В данной программе осуществляются сбор и хранение первичных документов о движении товаров, а также документов об изменении состояния процесса торговли с использованием единых общесистемных справочников (товарных карточек, поставщиков, клиентов, мест хранения, единиц измерений и т.д.). Система контролирует количество товара на стеллажах и полках. При недостаточном количестве продукции со склада товар перемещается на полки. Это возможно благодаря анализу продаж на кассовом узле.

Раздел «Бизнес-анализ» программы «СуперМаг» позволяет за любой промежуток времени сформировать различные отчеты, предназначенные для анализа результатов работы торгового предприятия и получения информации для планирования и прогнозирования его деятельности.

Рассмотрим АВС-анализ, который позволяет грамотно, умело и рационально использовать выставочное оборудование в торговых залах, расположенное на небольших площадях, и предложить покупателям более 5000 наименований товаров — как дорогостоящих, так и социально значимых, повседневного спроса.

Ассортимент реализуемых товаров включает в себя множество номенклатурных позиций. В качестве объекта анализа была выбрана одна номенклатурная группа «Томатные пасты», содержащая 12 товарных единиц. Для того чтобы сформировать отчет, необходимо выбрать задачу «Суммы реализации по артикулам АВС-анализ+» и задать условия для фильтра данных. Получаем АВС-анализ (см. рисунок).

№ п/п	Артикул	Наименование товара	Сумма реализации	Доля от общей суммы реализации, %	Накопительная доля от общей суммы реализации, %	АВС-группа	Реализация. Общая. Кол-во	Производитель / импортер по умолчанию. Название	Карточка товара. Страна происхождения	Карточка товара. Название полное
1	021052807	Паста томатная Чумак 25 % пастеризованная 200 г Чумак ЗАО Украина	12 249 450 2 438 350	19,9058	19,9058	A	633 181	ЗАО «Чумак»	Украина	Паста томатная Чумак 25 % пастеризованная 200 г Чумак ЗАО Украина
2	021052901	Паста томатная несоленая 500 г Ляховичский Беларусь	2 219 300	18,1175	38,0233	A	97	ООО Красненский	Беларусь	Паста томатная несоленая 500 г Ляховичский Беларусь
3	01007854	Паста томатная «Чумак» 380 г	2 051 350	16,7465	54,7698	B	103	ЗАО «Чумак»	Украина	Паста томатная «Чумак» 380 г
4	021063447	Паста томатная 500 г Фирма АВС ОДО Беларусь	1 827 350	14,9178	69,6876	B	77	Фирма АВС ОДО	Беларусь	Паста томатная 500 г Фирма АВС ОДО Беларусь
5	021096883	Паста томатная 300 г ст/б Фирма АВС ОДО Беларусь	1 573 200	12,8430	82,5306	C	83	Фирма АВС	Беларусь	Паста томатная 300 г ст/б Фирма АВС ОДО Беларусь
6	01010835	Паста томатная «Чумак» 25 % 500 г	1 130 700	9,2306	91,7613	C	44	НП-Сервис	Украина	Паста томатная «Чумак» 25 % 500 г
7	021040584	Паста томатная Махеев Домашняя 500 г ЗАО Эссен Продакшн АГ Россия	623 400	5,0892	96,8505	C	25	ЗАО «Эссен»	Россия	Паста томатная Махеев Домашняя 500 г ЗАО Эссен Продакшн АГ Россия
8	021061549	Соус «Хайнц» Чили с перцем ст. 250 мл	140 800	1,1494	97,9999	C	4	Нидерланды	Россия	Соус «Хайнц» Чили с перцем ст. 250 мл
9	021066687	Соус Чумак «Чилийский» 220 г	77 400	0,6319	98,6318	C	6	ЗАО «Чумак»	Украина	Соус Чумак «Чилийский» 220 г
10	021040516	Соус Чили Токо классический 200 г	67 900	0,5543	99,1861	C	7	Белвитапродукт ЧТПУП	Россия	Соус Чили Токо классический 200 г
11	021042269	Соус Чили Токо шашлычный 200 г	64 500	0,5266	99,7126	C	5	Белвитапродукт ЧТПУП	Россия	Соус Чили Токо шашлычный 200 г
12	021058972	Соус Итальянский с оливками Хайнц ст. 250 мл	35 200	0,2874	100,0000	C	1	Нидерланды	Россия	Соус Итальянский с оливками Хайнц ст. 250 мл

Результат АВС-анализа товарной группы «Томатные пасты»

Анализируя полученные данные, можно сделать следующие выводы:

- группа А содержит 2 наименования, или 16,67 % исследуемого ассортимента ряда, доля выручки на данную группу составляет 38,02 % в общем объеме продаж;

- группа В включает в себя также 2 наименования (28,44 %) исследуемого ассортимента ряда, доля выручки на данную группу — 31,66 %;

- группа С состоит из 8 наименований, которые обеспечивают самый маленький процент объема продаж.

Формирование отчетных форм, таких как отчет реализации по чекам, ABC-анализ, оборачиваемость за период и другие в разрезе структурных подразделений, дает возможность предприятию получать оперативную информацию по движению товарных запасов, необходимую для анализа и разработки мероприятий по оптимизации товарных запасов на складах и в торговых залах, способствует выявлению проблем, связанных с ассортиментными позициями, а также обеспечивает информационную базу для улучшения товарных предложений.

Е.Э. Белоусова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г.Г. Виногородов

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Экспорт готовой продукции является очень актуальной темой в настоящее время, так как для множества стран, в частности развивающихся и стран с переходной экономикой, он составляет основную часть в экономике страны в целом.

В экономической литературе для расчета эффективности деятельности субъекта хозяйствования используют показатели рентабельности. Такие авторы, как М.К. Кравцов [1, с. 7], А.К. Никитина [2, с. 239], рассчитывают рентабельность как отношение прибыли к себестоимости (выражается в процентах) и определяют данный показатель в целом по предприятию, не выделяя, куда реализуется продукция.

Для оценки эффективности экспортных операций автор предлагает производить расчет рентабельности отдельных видов продукции как на внешнем, так и на внутреннем рынках. При этом он выделяет такой фактор, как курсовые разницы, и в отличие от указанных авторов апробирует расчеты факторов на материалах ОДО «Тахатакси». Это дало информацию об эффективности реализации продукции на экспорт.

Для определения показателя эффективности экспорта Л.Е. Стровский [4, с. 96] рассчитывает показатель эффективности экспорта, где в числителе он выделил рублевый эквивалент, отчисленный в валютный фонд предприятия, рассчитываемый пересчетом валютной выручки в рубли по курсу на дату поступления валюты, и рублевую выручку от обязательной продажи части валюты государству, а в знаменателе отразил полные затраты предприятия на экспорт, которые включают затраты на производство и реализацию продукции.

Исследовав данный подход, в отличие от Л.Е. Стровского, автор предложил выделить следующие факторы второго порядка, которые влияют на рублевой эквивалент, отчисленный в валютный фонд предприятия: объем реализуемой продукции в натуральном выражении; экспортная цена за единицу продукции, отгруженной на экспорт; курс на дату поступления.

Данные факторы второго порядка, которые он также апробировал на материалах ОДО «Тахатакси», помогают определить не только то, какой результат имеется на каждый рубль затрат в денежном выражении, но и определить спрос на производимую и реализуемую продукцию.

Коэффициент валовой прибыли рассчитывается как отношение валовой прибыли к общей выручке. Изучение литературных источников показало, что такие авторы, как А.К. Никитина [2, с. 243], А.А. Селиверстова [3, с. 118], определяют данный коэффициент в целом по предприятию, рассчитывая его как отношение валовой прибыли к выручке от реализации.

Однако в данном подходе не видна эффективность экспорта продукции. С этих позиций автор полагает целесообразным производить расчет коэффициента валовой прибыли отдельных видов продукции как на внешнем, так и на внутреннем рынках. Это дало предприятию ОДО «Тахатакси» информацию о результате деятельности предприятия на рынках в отдельности.

Литература

1. Макромодель для анализа и прогнозирования показателей белорусской экономики / М. К. Кравцов [и др.] // Банк. вестн. — 2009. — № 16. — С. 5–15.
2. Никитина, А. К. Экономические модели анализа и краткосрочного прогнозирования экспорта товаров областей Республики Беларусь и г. Минска / А. К. Никитина // Экономика, моделирование, прогнозирование : сб. научн. тр. // Науч.-исслед. экон. ин-т М-ва экономики Респ. Беларусь. — Минск, 2012. — Вып. 6. — С. 236–246.
3. Селиверстова, А. А. Торговый потенциал стран Таможенного союза России, Беларуси и Казахстана: оценка, анализ, рекомендации / А. А. Селиверстова // Весн. НАН Беларусі. Сер. гуманітар. навук. — 2014. — № 3. — С. 116–121.
4. Стровский, Л. Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учеб. для вузов / Л. Е. Стровский. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 498 с.

В.О. Бессарабов

ДНУЭТ им. М. Туган-Барановского (Донецк)

Научный руководитель — доктор экономических наук С.Н. Петренко

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЙ БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ: ТЕОРИЯ, ОРГАНИЗАЦИЯ, МЕТОДИКА

Вектор развития любого общества требует достижения максимально возможного уровня согласования общественных интересов. В этих условиях ведение бухгалтерского учета, который учитывал бы не только финансовые результаты деятельности компании, но и социальные (экологические, трудовые), обеспечивал бы достоверной и полной информацией, является крайне необходимым.

Вопросам, связанным с исследованием социальной ответственности бизнеса (СОБ), посвящено значительное количество научных работ зарубежных и отечественных ученых. Среди них стоит выделить работы Н. Бедфорда, Н.В. Возницкой, Л.А. Грицины, И.В. Жиглей, В.С. Карагода. Нельзя не отметить представителей социологического направления развития учетных теорий в научных школах XX в. Ф. Бимса, М.А. Литтлтона, А. Раппапорта, П. Ферта.

Однако изучению бухгалтерского учета с позиции, которая позволила бы уделить максимальное внимание потребности отдельных групп общества в отражении результатов деятельности, уделяется очень мало внимания.

В процессе исследования теории и действующей практики социально ориентированного бухгалтерского учета и отчетности использовались следующие методы исследования: исторический, системный подходы — при исследовании развития бухгалтерского учета в сфере социальных отношений, эволюции социально ориентированного бухгалтерского учета. Применение метода моделирования позволило построить модель социально ориентированного бухгалтерского учета, а также определить показатели социальной отчетности, которые дополняют и детализируют показатели финансовой отчетности, с определением эффекта от их внедрения.

Научная новизна полученных результатов заключается в теоретическом обосновании и практическом решении организационных и методических основ социально ориентированного бухгалтерского учета. Основными результатами, которые характеризуют научную новизну, являются следующие:

- сформирован вектор развития бухгалтерского учета с позиции социологического подхода, который рассмотрен в двух плоскостях: первой — связанной с научной систематизацией и специализированными знаниями, второй — связанной с тривиальными соображениями и знаниями, основанными на здравом смысле и ежедневном опыте людей;
- проанализированы этапы эволюции социально ориентированного бухгалтерского учета с момента зарождения в середине XX в. до

современной трактовки его сущности, в контексте развития концепций социальной ответственности бизнеса;

- предложена модель социально ориентированного бухгалтерского учета, структурно состоящая из трех компонент: организационной, технической и методической;

- разработан внутрифирменный стандарт «Организация и методика социально ориентированного бухгалтерского учета и порядок отражения информации в отчетности», цель которого заключается в установлении единого внутрифирменного подхода к ведению социально ориентированного бухгалтерского учета и порядку отражения информации в отчетности.

Литература

Богданова, Ж. А. Развитие социального учета: определение основных понятий / Ж.А. Богданова // Инноват. экономика. — 2013. — № 7. — С. 293–296.

Жиглей, И. В. Бухгалтерский учет социально-ответственной деятельности субъектов хозяйствования: необходимость и ориентиры развития / И. В. Жиглей. — Житомир : ЖДТУ, 2010 — 495 с.

С.С. Борцова

А.И. Брилева

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук А.А. Круподерова

ПРИМЕНЕНИЕ МСФО 15 «ВЫРУЧКА ПО ДОГОВОРАМ С ПОКУПАТЕЛЯМИ» В НАЦИОНАЛЬНОМ БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ НА ПРИМЕРЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с клиентами» содержит новую модель признания выручки и предполагает значительное увеличение объема требований к раскрытию информации. Действующее на данный момент руководство по признанию выручки содержится в двух стандартах: МСФО (IAS) 18 «Выручка» и МСФО (IAS) 11 «Договоры на строительство».

МСФО (IFRS) 15 вводит единую модель учета и определения момента признания выручки независимо от типа операций. Эта модель должна применяться для каждого отдельного обязательства по исполнению в рамках договора. Новый стандарт вводит понятие перехода контроля. В стандарте говорится о том, что для определения момента перехода контроля необходимо профессиональное суждение, и одним из индикаторов перехода контроля является переход рисков и выгод. В целом, понятие контроля более широкое, и в теории при примене-

нии нового руководства в отношении ряда операций момент признания выручки может быть другим по сравнению с тем, который регламентируется действующим руководством.

Для решения вопроса о том, в какой момент и в какой сумме признавать выручку, компании будут применять модель пятишагового анализа. В рамках этой модели в наибольшей степени затронуты в строительстве шаги 3 «Определить цену сделки» и 5 «Признать выручку».

Так, для определения цены сделки компания анализирует множество факторов: переменная величина возмещения (компания принимает в расчет риск реверсирования выручки); возмещение, причитающееся покупателю; неденежное возмещение; значительный компонент финансирования (компания корректирует ожидаемую величину возмещения с учетом временной стоимости денег).

Выручку же компания признает в момент (или по мере) исполнения обязанности посредством передачи покупателю контроля над товаром или услугой. Здесь очень важно определиться: «в момент» или «по мере».

Главная цель — отразить достигнутый компанией прогресс в процессе передачи покупателю контроля над товарами и услугами.

В отличие от МСФО в национальном учете (в соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов по договорам строительного подряда № 44) доходы, т.е. выручка, признаются с учетом процента выполнения работ (процента технической готовности) на отчетную дату. Таким образом, ни о каком понятии «контроля» и его передачи покупателю в процессе строительства объекта речи не идет.

Следовательно, прежде чем внедрять МСФО 15, необходимо дать четкое определение понятия выручки и критериев ее признания, определить методы и сроки признания выручки, учитывать всевозможные факторы, которые оказывают влияние на цену договора, широко применять профессиональное суждение.

Литература

Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» [Электронный ресурс] // Международный стандарт финансовой отчетности. — Режим доступа: http://www.ib.ru/ip/mf-msfo/IFRS_15-20150118-09.pdf. — Дата доступа: 03.03.2016.

А.А. Борщева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.Н. Лемеш

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ БЕЛАРУСИ

Принципы финансового контроля — система правил, которые являются основными правилами для контрольной деятельности в целом; правила, которых обязаны придерживаться субъекты контроля при проведении финансовой проверки.

Казалось бы, правила должны быть одинаковыми для всех. Однако, исследовав литературу по данной теме, становится понятно, что сколько источников — столько и мнений. При всем разнообразии выделяемых принципов немало из них не могут рассматриваться как незыблемое правило вообще. В то же время есть принципы, которые прослеживаются практически у каждого автора, — это принципы законности, независимости и объективности. Совершенно очевидно, что без этих принципов контроль осуществляться не может, но тем не менее эти требования, представляющиеся простыми и естественными, при своем проведении в жизнь встречают немаловажные трудности: субъективное мнение проверяющего, коррупция и т.п.

Надо также отметить, что принципы аудита как разновидности финансового контроля также существенно отличаются как от перечисленных выше принципов, так и друг от друга.

Грамотным решением описанной проблемы является введение универсальных общих принципов финансового контроля. Такими принципами могут стать принципы законности, объективности, прозрачности, эффективности и плановости. Что касается принципов аудита, их должно быть четыре: независимости, конфиденциальности, профессиональной компетентности, профессионального поведения.

Подводя итоги, можно сказать, что на сегодняшний день существует большое количество выделяемых принципов как финансового контроля, так и аудита. Нельзя сказать, что они неправильные, так как все принципы разумно обоснованы. Однако большинство из них либо можно включить в состав иного принципа, либо трудно принять как за незыблемое правило вообще. Следовательно, разумно было бы утвердить единые универсальные принципы, которыми могли бы руководствоваться органы контроля и аудиторы в повседневной практике.

Литература

Понтович, Э. Э. Финансовый контроль / Э. Э. Понтович. — Л. : Финансовое изд-во НКФ СССР. Ленингр. област. отделение, тип. Финотд. Ленингр. облисполкома, 1928. — 108 с.

Лимская декларация руководящих принципов контроля [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.kspstav.ru/content/limskaja-deklaracija. — Дата доступа: 28.03.2015.

Грачева Е. Ю. Проблемы правового регулирования государственного финансового контроля / Е. Ю. Грачева. — М. : Юриспруденция, 2000. — 191 с.

Родионова, В. М. Финансовый контроль / В. М. Родионова, В. И. Шлейников. — М. : ФБК-пресс, 2002. — 319 с.

Преображенский, Б. Г. Организация и совершенствование системы государственного финансового контроля: проблемы и приоритеты / Б. Г. Преображенский. — М., 2003. — 76 с.

Государственный финансовый контроль. / С. В. Степашин [и др.]. — СПб. : ПИТЕР, 2004. — 415 с.

Финансовый контроль / Частное учреждение образования «Минский институт управления». — Минск: МИУ, 2013. — 312 с.

Овчарова Е. В. Финансовый контроль в Российской Федерации. / Е. В. Овчарова. — Москва : Зерцало-М, 2015. — 224 с.

Лемеш, В. Н. Аудит : пособие / В. Н. Лемеш. — Минск : Амалфея, 2016. — 292 с.

Об аудиторской деятельности : Закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013 г., №56-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2013 г. — № 2/2054.

Д.В. Каток
БГЭУ(Минск)

Научный руководитель — доцент Т.А.Олефиренко

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Под финансовым состоянием организации понимают ее способность обеспечить процесс хозяйственной деятельности финансовыми ресурсами и возможность соблюдения нормальных финансовых взаимоотношений с работниками предприятия и другими организациями. Все эти вопросы решаются при проведении анализа.

Основная цель проведения анализа финансового состояния организаций — получение объективной оценки их платежеспособности, финансовой устойчивости, эффективности деятельности.

В соответствии с Инструкцией о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования от 27.12.2011 г. № 140/206 для диагностики платежеспособности предпринимательской деятельности в Республике Беларусь применяется ограниченный круг показателей: коэффициент текущей ликвидности ($K1$), коэффициент

обеспеченности собственным оборотным капиталом ($K2$), коэффициент обеспеченности обязательств активами ($K3$). Однако каждый из коэффициентов имеет теоретические и практические изъяны, ограничивающие сферу их применения.

Одним из основных показателей является коэффициент текущей ликвидности

$$K1 = \frac{\text{разд. II (строка 290 баланса)}}{\text{разд. V (строка 690 баланса)}}. \quad (1)$$

Этот коэффициент имеет ряд изъянов:

- статичность;
- малая информативность для прогнозирования будущих денежных поступлений и платежей;
- возможность завышения показателей за счет «неликвидных» активов.

Вторым основным показателем является коэффициент обеспеченности собственным оборотным капиталом ($K2$)

$$K2 = \frac{\text{разд. III} + \text{разд. IV} - \text{разд. I}}{\text{разд. II}}. \quad (2)$$

Числитель $K2$, или как его называют в экономической литературе, «собственные оборотные средства» (СОК) не утратил своей значимости. Однако по данным бухгалтерского баланса практически невозможно установить, какая сумма собственного капитала вложена в долгосрочные активы, а какая — в краткосрочные. Поэтому представляется целесообразным отказаться от попыток расчета СОК.

Еще одним показателем является коэффициент обеспеченности обязательств активами ($K3$)

$$K3 = \frac{\text{разд. IV} + \text{разд. V}}{\text{Итого баланса}}. \quad (3)$$

По мнению отдельных экономистов и по нашему мнению, не должно быть единого значения данного коэффициента, так как коммерческие организации умеют быстро оборачивать краткосрочные активы.

Таким образом, при проведении анализа финансового состояния, по нашему мнению, в первую очередь целесообразно давать оценку финансового состояния организации согласно коэффициентам, рекомендованным Инструкцией №140/206, с учетом тех замечаний, которые были нами отмечены при раскрытии их экономического содержания.

Литература

Ефимова, О. В. Финансовый анализ: современные инструментарий для принятия экономических решений : учебник / О. В. Ефимова. — М. : Омега-Л, 2013.

Савицкая, Г. В. Совершенствование методического инструментария оценки финансового состояния и платежеспособности субъектов предпринимательской деятельности / Г. В. Савицкая // Экон. бюл. НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь. — № 6. — 2011. — С. 45–50.

Матальцкая, С. К. Оценка и анализ финансового состояния организации : учеб.-метод. пособие / С. К. Матальцкая, К. А. Шиманский. — Минск : БГЭУ, 2013. — 123 с.

М.П. Корсак
БГЭУ (Минск)

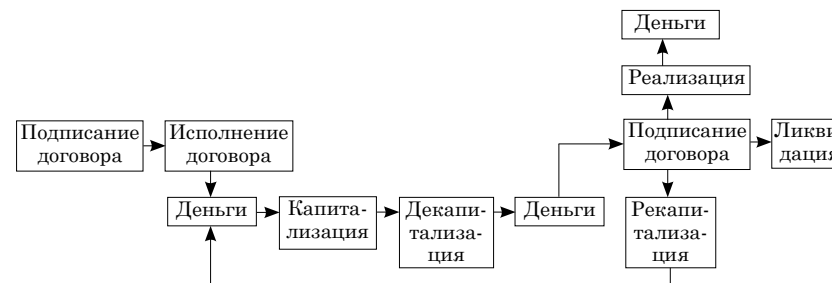
Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.Н. Шибeko

УЧЕТ ДОЛГОСРОЧНЫХ АКТИВОВ В КРУГООБОРОТЕ КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Долгосрочные активы занимают особое место в кругообороте хозяйственных средств, так как на протяжении деятельности организации их кругооборот происходит значительное количество раз, они не меняют свою форму и приносят экономические выгоды. Именно это определяет их экономическую сущность. Однако практика показала, что в бухгалтерском учете нельзя проследить все детали их кругооборота.

Хозяйственные операции являются объектами бухгалтерского учета, в результате которых происходит кругооборот капитала организации, что приводит к смене одной формы активов другой. Схематично кругооборот капитала организации выглядит следующим образом: Деньги — Товар — Производство — Товар/ — Деньги/. Рассмотрим движение долгосрочных активов в кругообороте капитала на примере основных средств. Схема их кругооборота следующая: Деньги — Капитализация — Декапитализация — Деньги/ — Рекапитализация — Деньги. Капитализацией в данном случае является непосредственное приобретение основного средства, Декапитализацией — его амортизация, а Деньги/ — выручкой при реализации. Таким образом, в бухгалтерском учете информация о хозяйственных операциях с основными средствами отражается не в полной мере, а лишь ее часть.

С экономической точки зрения началом хозяйственной операции по приобретению основных средств в организацию служит не их фактическое поступление, а момент подписания договора купли-продажи. Полный жизненный цикл основного средства в хозяйственном обороте представлен на рисунке. В бухгалтерском учете начало хозяйственной операции по приобретению основных средств — это момент исполнения договора (перечисление денег или непосредственное получение объекта). То же самое касается и выбытия основных средств.



Жизненный цикл в хозяйственном обороте

Действующий план счетов не позволяет отразить этот жизненный цикл в полном объеме. Это требует расширения разделов и перечня счетов. Для отражения информации о будущих поступлениях активов в организацию либо возникновении обязательств в будущем рекомендуется ввести в План счетов соответствующий раздел, включающий счета «Ожидаемое поступление активов», «Ожидаемое выбытие активов», «Обязательства в соответствии с заключенными договорами» [1]. Показатели, сформированные на указанных счетах, в отчетности отражаются справочно. Особую актуальность эти данные приобретают при составлении стратегического баланса.

Подводя итог, следует отметить, что введение в практику бухгалтерского учета рекомендаций расширит аналитические возможности бухгалтерского учета долгосрочных активов и повысит востребованность бухгалтерской информации в управлении капиталом.

Литература

1. Конвергенция формирования показателей результативности хозяйственной деятельности организаций Республики Беларусь с международными стандартами в условиях инновационного развития экономики / Л. Л. Ермолович [и др.]; под ред. Л. Л. Ермолович, Е. Н. Шибeko. — Минск : РИВШ, 2013. — 320 с.

В.С. Крицук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.М. Смолякова

ПОНЯТИЕ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ, ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В связи с современным внешнеэкономическим положением Республики Беларусь для отечественных субъектов хозяйствования важ-

ным является вопрос отнесения приобретенных товаров к группе товаров для дальнейшей переработки и выпуска в качестве собственной готовой продукции или к группе товаров для дальнейшей перепродажи. С другой стороны, этот вопрос является актуальным и на макроэкономическом уровне, так как стоимость конечной продукции, произведенной резидентами страны, формирует один из важнейших показателей производства — валового внутреннего продукта, а стоимость товаров, приобретенных для дальнейшей перепродажи, — объем импорта.

Условия и критерии, при соблюдении которых произведенная на территории Республики Беларусь продукция (работы, услуги) относится к продукции собственного производства, определяются Положением об отнесении продукции (работ, услуг) к продукции (работам, услугам) собственного производства [1]. К такой продукции, согласно указанному Положению, относится продукция, полностью изготовленная производителем или подвергнутая им достаточной переработке на территории Республики Беларусь. При этом дается перечень критериев, при соблюдении которых продукция, подвергнутая производителем достаточной переработке, признается таковой.

Продукция, которая удовлетворяет условиям Положения, принимается к учету на счет 43 «Готовая продукция», а затраты по ее переработке аккумулируются на счетах учета затрат 20 «Основное производство», 25 «Общепроизводственные затраты» и др. Однако изучив данные критерии, становится очевидным, что в современных условиях нестабильности, инфляции возможна ситуация, когда продукция, изначально удовлетворявшая условиям отнесения к продукции собственного производства (по критерию на основе разницы между отпускной ценой и ценой сырья), при реализации через некоторое время перестает ему соответствовать. В таком случае учет собственной продукции, в основе производства которой находится переработка (доработка) товаров другой страны происхождения, необходимо изначально вести как товар с отнесением на счет 41 «Товары», а учет затрат на их переработку (доработку) на счете 44 «Расходы на реализацию». Это позволит избежать необоснованного отнесения товаров в состав продукции собственного производства и искажения их стоимости. При данном подходе финансовый результат организации не изменится, так как стоимость реализации и товаров и готовой продукции учитывается на счете 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», но на макроэкономическом уровне изменятся показатели валового внутреннего продукта и объема импорта. В связи с этим использование критерия разницы в стоимости представляется необоснованным, искажающим макроэкономические показатели.

Литература

1. Об утверждении Положения об отнесении продукции (работ, услуг) к продукции (работам, услугам) собственного производства: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 17 дек. 2001 г. // Консультант-

Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

2. *Кинцак, И. М.* Бухгалтерский учет готовой продукции / И. М. Кинцак // Гл. экономист. — 2012. — № 8. — С. 55–57.

3. Об утверждении Положения о порядке выдачи сертификатов продукции (работ, услуг) собственного производства и Положения о порядке выдачи сертификатов услуг собственного производства банкам, небанковским кредитно-финансовым и страховым организациям: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 20 окт. 2010 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

В.А. Латушкина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н.И. Анищенко

ЗАПАСЫ: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В процессе производственно-хозяйственной деятельности наряду со средствами труда участвуют предметы труда, которые обслуживают один производственный цикл, и их стоимость полностью включается в себестоимость готовой продукции (работ, услуг).

В бухгалтерском учете термин «запасы» широко востребован, и его значимость подтверждена Инструкцией по бухгалтерскому учету запасов, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 12.11.2010 № 133 (с изм. и доп.).

В качестве запасов рассматриваются активы, учтенные в составе средств в обороте, приобретенные и (или) предназначенные для реализации, или находящиеся в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, или находящиеся в виде сырья, материалов и других аналогичных активов, которые будут потребляться в процессе производства продукции, выполнения работ, оказания услуг, или используемые для управленческих нужд организации [1, с. 3].

К запасам, согласно Инструкции по бухгалтерскому учету № 133, относятся: сырье, основные и вспомогательные материалы, полуфабрикаты и комплектующие изделия, горюче-смазочные материалы, запасные части, тара, инвентарь, хозяйственные принадлежности, инструменты, оснастка и приспособления, сменное оборудование, специальная (защитная), форменная и фирменная одежда и обувь, временные (нетитульные) сооружения и приспособления (далее — отдельные предметы в составе средств в обороте), животные на выращивании и откорме, незавершенное производство, готовая продукция, товары.

Закрепленная наполняемость термина «запасы» вызывает необходимость его дополнительного рассмотрения, классификаций, пос-

кольку его составные части не всегда соответствуют закрепленным критериям.

Многие ученые заинтересованы в определении сущности и классификационных групп запасов. В связи с этим мы провели аналитическую работу. Обобщая мнения авторов по данному вопросу, мы выяснили, что существуют следующие классификационные группы: по функциональной роли и назначению в процессе производства (55,56 %; 10 из 18), по техническим свойствам (27,78 %; 5 из 18), по характеру владения ТМЦ (5,56 %; 1 из 18), по порядку использования ТМЦ (5,56 %; 1 из 18), по способу хранения (5,56 %; 1 из 18), по физико-химическому составу (5,56 %; 1 из 18), по экономическому содержанию (5,56 %; 1 из 18).

Папковская П.Я. [2, с. 229], Бычкова С.М. и Бадмаева Д.Г. [3, с. 175] включают в классификационную группу запасов «По функциональной роли и назначению в процессе производства» животных на выращивании и откорме. В инструкции №133 животные на выращивании и откорме также относятся к запасам. Мы же придерживаемся мнения, что животные на выращивании и откорме, учитываемые на отдельном счете 11 «Животные на выращивании и откорме», нельзя объединять со всеми запасами.

В данном решении мы основывались на том, что метод оценки животных на выращивании и откорме отличается от метода оценки запасов. В основе оценки средств лежит фактическая себестоимость их производства или приобретения.

Литература

1. Инструкция по бухгалтерскому учету запасов: утв. М-вом финансов Респ. Беларусь 12.11.10 : текст по состоянию на 30.04.2012. — Минск : Дикта, 2012. — 16 с.
2. Бухгалтерский учет : учеб. пособие / П. Я. Папковская [и др.] ; под ред. П. Я. Папковской. — Минск : РИПО, 2013. — 379 с.
3. *Бычкова, С. М.* Бухгалтерский учет и анализ. Стандарт третьего поколения : учеб. пособие / С. М. Бычкова, Д. Г. Бадмаева. — СПб. : Питер, 2015. — 512 с.

Н.А. Лосев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.Б. Гурко

СИСТЕМА ВОЗВРАТА НДС TAX FREE: ПОРЯДОК РАСЧЕТА И МЕТОДИКА УЧЕТА

TaxFree — система возврата суммы НДС, при которой НДС возвращается за покупки, сделанные иностранными гражданами, при

выезде из страны, в которой они были приобретены [1]. На сегодняшний день около 50 стран мира применяют эту систему.

В Республике Беларусь система TaxFree была введена с 1 января 2013 г., правом на возврат НДС по системе TaxFree выбрано РУП «Белтаможсервис» [2]. Методика учета TaxFree в Республике Беларусь не регламентирована нормативно-правовыми актами Министерства финансов, следовательно, каждая организация, работающая по этой системе, может использовать свою методику учета. Это и обуславливает актуальность данной темы.

Работать с системой TaxFree в Республике Беларусь может любая организация торговли, заключившая договор на оказание услуг по возврату НДС с РУП «Белтаможсервис» [2]. Обязательным условием является наличие специальных кассовых суммирующих аппаратов, позволяющих выдавать кассовый чек специальной формы «Чек на возврат НДС», где будут указаны наименование товара, суммы покупки и НДС [2]. Для возмещения нерезиденту страны суммы НДС за товары и услуги минимальная стоимость покупки должна составлять 800 000 бел. руб. (с учетом НДС) [2].

Для возврата сумм НДС иностранное лицо должно предъявить таможенным органам приобретенный товар, получить на чеке специальной формы отметку должностного лица таможенного органа, подтверждающую вывоз товаров [2]. Срок от покупки товара до предъявления чека должен быть не более 3 месяцев, сумма возврата составляет не более 15 % стоимости товара без НДС [2].

Возврат суммы НДС может осуществляться в день обращения, если иностранное лицо представило подтверждение о вывозе товаров в банк, расположенный в пункте пропуска через Государственную границу, либо в течение 30 дней со дня получения подтверждения о вывозе товаров, если иностранное лицо направило подтверждение о вывозе товаров по почте (иным способом) в РУП «Белтаможсервис» [2].

Рассмотрим одну из методик учета операций по системе TaxFree. Для отражения выручки от реализации товаров по системе TaxFree и соответственно НДС к счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» откроем отдельный субсчет под названием TaxFree. Также введем дополнительный счет 74 «Расчеты по TaxFree», который будем использовать для отражения сумм НДС, подлежащих возврату иностранным гражданам (см. таблицу).

Учет операций по системе TaxFree

Содержание операции	Дебет	Кредит
1	2	3
Отражена выручка от реализации товара	50	90/1 (TaxFree)
Исчислен НДС из выручки от реализации	90/2 (TaxFree)	68/2

Окончание таблицы

1	2	3
После получения «акта на возврат НДС» от РУП «Белтаможсервис» отражается сумма НДС, предъявленная к возврату иностранными гражданами	68/2	74
Перечислены денежные средства РУП «Белтаможсервис»	74	51

Таким образом, мною рекомендуется методика учета расчетов по TaxFree с использованием нового счета 74 «Расчеты по Tax Free», что позволит организации своевременно получать необходимую информацию по суммам НДС, предъявленного к возврату иностранными гражданами, и своевременно осуществлять их возврат.

Литература

1. Taxfree — Википедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Tax_free. — Дата доступа: 25.04.2016.
2. TaxFree в Беларуси [Электронный ресурс] / РУП «Белтаможсервис». — Режим доступа: <http://www.tax-free.by>. — Дата доступа: 25.04.2016.

Ю.В. Назаренко
Ю.Е. Шабаль
БГЭУ (Минск)

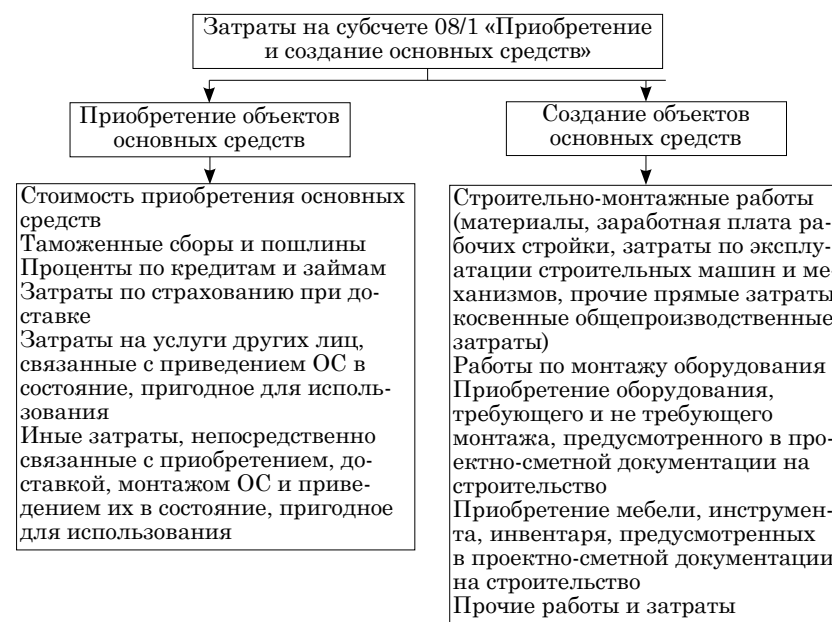
Научный руководитель — кандидат экономических наук Е.Н. Шибeko

ВЫДЕЛЕНИЕ В УЧЕТЕ И ОТЧЕТНОСТИ ВЛОЖЕНИЙ В СОЗДАНИЕ ДОЛГОСРОЧНЫХ АКТИВОВ

Вложения в долгосрочные активы — это затраты на создание, увеличение размеров, а также приобретение долгосрочного имущества длительного пользования (свыше одного года), не предназначенного для продажи, за исключением долгосрочных финансовых вложений в государственные ценные бумаги, ценные бумаги и уставные капиталы других организаций [1, с. 60]. Они занимают значительный удельный вес (от 7 до 30 %) в долгосрочных активах промышленных организаций, имеют весьма разнообразный состав объектов, а также являются отвлеченными средствами из хозяйственного оборота. Кроме того, вложения в долгосрочные активы имеют неодинаковый срок отвлечения (см. рисунок).

Несмотря на это, для их учета предназначен только один одноименный счет 08. Поэтому сформированные на данном счете совокупные показатели вложений не всегда можно использовать как достоверную

информацию для анализа и принятия управленческих решений. Подтвердим вывод на примере учета вложений в основные средства, которые отражаются на субсчете 08/1 «Приобретение и создание основных средств». Во-первых, приобретение и создание объектов различны: а) по длительности периода (создание объектов основных средств занимает от нескольких месяцев до нескольких лет, в зависимости от масштабов проекта); б) по составу затрат (см. рисунок). Поэтому для достоверности и прозрачности учета рекомендуется к счету 08 «Вложения в долгосрочные активы» ввести два отдельных субсчета первого порядка: «Приобретение основных средств» и «Создание основных средств».



Состав затрат на приобретение и создание основных средств

Во-вторых, исходя из того что объемы вложений в долгосрочные активы являются значительной величиной и отвлечены из хозяйственного оборота организации, представляется целесообразным выделение вложений в создание долгосрочных активов и источников их финансирования в отдельные разделы баланса. В состав активов в балансе рекомендуется ввести раздел «Вложения в создание долгосрочных активов», включающий статьи «Незавершенные капитальные вложения» и «Дебиторская задолженность». Источниками формирования этих активов являются кредиторская задолженность, кредиты и займы, накопленная прибыль, амортизационные отчисления, кото-

рые могут быть сгруппированы в отдельный раздел «Финансирование вложений в создание долгосрочных активов».

Рекомендованные изменения позволят обеспечить формирование показателей в аналитическом учете и отчетности и их контроль, а также проводить более точные расчеты в анализе эффективности использования основных средств.

Литература

1. Бугаев, А. В. Бухгалтерский финансовый учет : учеб. пособие / А. В. Бугаев. — Минск : Регистр, 2015. — 511 с.

Т.А. Полховская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е.Г. Русак

МСФО (IAS) 29: УСЛОВИЯ И НЕОБХОДИМОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одним из важнейших факторов, влияющих на достоверность источников информации, является инфляция. МСФО (IAS) 29 «Финансовая отчетность в гиперинфляционной экономике» определяет следующие признаки гиперинфляционной экономики:

- основная часть населения предпочитает хранить свои сбережения в немонетарных активах или в относительно стабильной иностранной валюте;
- основная часть населения рассчитывает денежные суммы не в местной валюте, а в относительно стабильной иностранной валюте;
- продажи и покупки с отсрочкой платежа производятся по ценам, компенсирующим ожидаемые потери покупательной способности в течение периода отсрочки платежа, даже если этот период является краткосрочным;
- процентные ставки, заработная плата и цены привязаны к ценовому индексу;
- совокупный уровень инфляции за три года приближается к 100 % или превышает этот уровень [1].

Данные Национального статистического комитета Республики Беларусь об уровне инфляции за 2000–2015 гг. свидетельствуют о том, что названные условия выполнялись в промежутках с 2000 по 2004 г. и с 2011 по 2014 г. включительно [2]. Следует отметить, что при признании экономики гиперинфляционной количественные факторы не являются решающими сами по себе и должны оцениваться с точки зрения экономической ситуации и тенденций в экономике.

Финансовая отчетность, составленная без учета инфляционного фактора, порождает массу проблем.

Первая группа проблем — проблемы управляющих:

- Занижение себестоимости → Завышение прибыли из-за неполного возмещения реальной суммы текущих затрат из выручки → Изъятие налога на фактически несуществующую прибыль → Изъятие оборотных средств → Ухудшение финансового положения и платежеспособности;

- Организации заинтересованы в сокращении поступлении денег на свои счета и в увеличении кредиторской задолженности.

Следующая группа проблем — проблемы инвесторов:

- Финансовая отчетность представляется в «розовом цвете»: прибыль и рентабельность завышенные, а стоимость собственного капитала занижена → Норма прибыли на инвестированный капитал вводит в заблуждение;

- Уменьшение оборотных средств → Восполнение за счет уменьшения фондов накопления и объемов капвложений → Недостаточные отчисления в фонды накопления;

- Заниженная балансовая стоимость имущества → Видимость выгоды его распродажи по частям и сдерживание инвестиций.

Решение перечисленных проблем, связанных с недостоверной, ненадежной и несопоставимой финансовой отчетностью по причине наличия гиперинфляции в экономике, заключается в применении норм стандарта МСФО (IAS) 29.

Отметим, что применяемая система бухгалтерского учета должна отвечать реалиям экономических отношений. В этой связи в Республике Беларусь возникает необходимость принятия национального стандарта «Финансовая отчетность в гиперинфляционной экономике», что позволит учесть инфляционные факторы и достоверно представить финансовую отчетность пользователям.

Литература

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 29 «Финансовая отчетность в гиперинфляционной экономике» [Электронный ресурс] // Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). — Режим доступа: http://dipifr.info/lib_files/standards/rus2012/ias29.pdf. — Дата доступа: 01.04.2016.

2. Инфляция в Беларуси [Электронный ресурс] // Myfin.by. — Режим доступа: <http://myfin.by/info/inflyaciya>. — Дата доступа: 01.04.2016.

А.Н. Русальская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.Г. Ускевич

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ДИАГНОСТИКЕ БАНКРОТСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

В современном мире все более актуальным и необходимым становится поиск путей и способов преодоления кризисных состояний и улучшения экономического положения организаций. Разработка и внедрение действенных мер по выявлению и преодолению кризисов различного уровня становятся неотъемлемой частью национальных программ экономического роста и развития. Большинство преуспевающих стран уделяют проблемам несостоятельности и банкротства большое внимание. Для успешной разработки эффективных методов регулирования проблем несостоятельности (банкротства) необходим финансово-экономический анализ применяемых в этой сфере подходов.

Одними из самых известных моделей прогнозирования банкротства являются модель Альтмана, модель Бивера, модель Спринггейта, модель Олсона, модель Фулмера, метод А-счета, модель Конана и Голдера, PAS-коэффициент и др. [1, с. 25–39; 2, с. 153; 3, с. 148].

Все системы диагностики банкротства, разработанные зарубежными экономистами, рассчитываются на основе коэффициентов. С их использованием в большинстве моделей рассчитывается комплексный показатель вероятности банкротства с весовыми коэффициентами у индикаторов. Основным преимуществом зарубежных моделей является то, что для оценки вероятности банкротства используется множество факторов. Эти модели позволяют прогнозировать возникновение кризисной ситуации у организации заранее, еще до появления ее очевидных признаков. Однако ни одна из перечисленных моделей не может претендовать на использование в качестве универсальной по причине «специализации» на каком-либо одном виде кризиса. Поэтому представляется целесообразным отслеживание динамики изменения результирующих показателей по нескольким из них. Выбор конкретных моделей должен диктоваться особенностями отрасли, в которой работает организация.

В Республике Беларусь, так же как и в большинстве зарубежных методик, оценка вероятности банкротства производится на основе коэффициентов. Внешним признаком банкротства служит неплатежеспособность организации, приобретающая или имеющая устойчивый характер. Государственная методика хороша тем, что проста в применении, однако она не может предвидеть изменения финансового положения организации в краткосрочном периоде, а также использует только один фактор в определении вероятности банкротства, что является недостаточным. Можно сделать вывод, что официальная

методика в Республике Беларусь еще недостаточно эффективна и требует дальнейшего совершенствования. Вместе с тем анализ риска банкротства по официальной методике диагностики, применяемой в Республике Беларусь, имеет ряд положительных моментов: методика базируется на бухгалтерской отчетности, подход к организациям дифференцирован по отраслям. При этом надежность анализа и обоснованность выводов только повысится, если будет возможность использовать дополнительную информацию о некоторых показателях.

Литература

1. Методы оценки вероятности банкротства организации : учеб. пособие / И. И. Мазурова, [и др.] — СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. — 53 с.
2. Чурсина, Ю. А. Выявление эффективной методики диагностики банкротства организации в целях предупреждения введения антикризисного управления / Ю. А. Чурсина, К. В. Кондратьев // Аудит и финансовый анализ. — 2013. — № 1. — С. 153.
3. Жилкина, А. Н. Финансовый анализ : учеб. и практикум для прикладного бакалавриата / А. Н. Жилкина. — М. : Юрайт, 2015. — 285 с.

Е.А. Слапик
В.С. Храмович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.О. Зарецкий

ОБРАЗ БУХГАЛТЕРА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В ЛИТЕРАТУРЕ И КИНО

Профессия бухгалтера — одна из самых распространенных и востребованных как во всем мире, так и у нас в стране. Ведь ни одно предприятие сегодня не может обойтись без бухгалтерии как способа документального ведения хозяйственного учета.

Не секрет, что отношение общества к представителям той или иной профессии ярче всего отражается в кино. Оглянемся в прошлое и рассмотрим, каким изображали бухгалтера режиссеры.

В первую очередь возникает образ Шуры из бухгалтерии из фильма «Служебный роман», а также Александра Ивановича Корейко из «Золотого тельника». Свое бухгалтерское предназначение сама Шура вспоминает с трудом («Шура, если память мне не изменяет, вы числитесь в бухгалтерии?» — «По-моему, да». — «Вы это хорошо помните?» — «Да, по-моему») [1].

А также примером советского бухгалтера является Александр Иванович Корейко из «Золотого тельника». Он, строго говоря, бухгалтером не являлся. Он был сотрудником финансово-счетного отдела «Геркулеса». А вот непосредственно бухгалтером в этой славной орга-

низации трудился сбежавший от проверки в сумасшедший дом Берлага [1].

Таким образом, в большинстве советских фильмов бухгалтер представлялся как мужчина со счетами и в смешных нарукавниках.

Однако данный образ стал постепенно стираться из нашей памяти. На смену ему приходит образ уверенной в себе женщины, так называемого бухгалтера мафии, как их показывают в современных западных фильмах.

Такого рода бухгалтер разрабатывает финансовые схемы для русского олигарха Омовича в фильме Гая Риччи «Рок-н-рольщик».

Мы можем из кинофильмов только догадываться, как выглядит бухгалтер. А сейчас мы хотим написать свою историю о том, как выглядит современный бухгалтер на основе реальных фактов.

Мы провели опрос 50 человек различных возрастов и профессий о том, как выглядит типичный бухгалтер. Результаты проведенного опроса представлены на диаграммах на слайде.

На основе опроса создадим образ типичного бухгалтера.

Из данных опроса следует, что 98 % считают, что бухгалтером должна быть женщина, причем 64 % считают, что она носит очки, 46 % уверены, что ее возраст должен быть от 30 до 40 лет, 56 % респондентов ответили, что наша женщина-бухгалтер склонна «к полноте» с деловым стилем одежды, в чем уверены 50 % опрошенных. Говоря о характере, 60 % считают экстравертом, однако 78 % — что доминирующей чертой характера является сдержанность. По мнению 58 %, свое рабочее место бухгалтер содержит в идеальном порядке.

Зададимся вопросом: каким же должен быть идеальный бухгалтер?

По нашему мнению, ни пол, ни возраст бухгалтера не имеют значения. Он должен быть профессионалом в своем деле. Налоговый и бухгалтерский учет он знает как свои пять пальцев. Идеальный бухгалтер читает не только бухгалтерские журналы, но и художественную литературу. Компьютер и бухгалтерские программы для него не тайна за семью печатями, а открытая книга. Он любознательный и инициативный, ответственный и пунктуальный. Он открыт для общения, но в то же время рассудителен и не делает поспешных выводов. На него приятно посмотреть, ведь он старается всегда хорошо выглядеть. Одним словом, он служит примером для окружающих.

Литература

1. Главбухи в романах и на телеэкранах [Электронный ресурс] / Информационное агентство. — Режим доступа: <http://www.klerk.ru/buh/articles/230850/>. — Дата доступа: 20.02.2016.

К.И. Судник-Гринкевич

О.С. Дудко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук К.В. Кривицкая

РАСКРЫТИЕ В ОТЧЕТНОСТИ ИНФОРМАЦИИ О КРЕДИТАХ И ЗАЙМАХ: СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В настоящее время кредиты банков, обеспечивая хозяйственную деятельность предприятий, содействуют их развитию, увеличению объемов производства продукции, работ, услуг. Кредит выступает опорой современной экономики, неотъемлемым элементом экономического развития.

Необходимость кредита связана, во-первых, с преодолением противоречия между постоянным образованием денежных резервов, во-вторых, с обеспечением непрерывного процесса оборота капитала в условиях функционирования многочисленных отраслей и предприятий с различной длительностью кругооборота средств.

В процессе проведенного исследования установлено, что раскрытие информации по кредитам и займам в Республике Беларусь происходит в бухгалтерском балансе: в четвертом или пятом разделах баланса «Долгосрочные обязательства» и «Краткосрочные обязательства», в зависимости от срока кредита, в отчете о прибылях и убытках по статье «Расходы по финансовой деятельности» (строки 130 и 131), в отчете о движении денежных средств по строкам 081, 091, 093.

В пояснительной записке подлежит отражению следующая информация о полученных кредитах и займах [1]:

- суммы полученных и погашенных долгосрочных кредитов и займов, а также суммы начисленных и уплаченных по ним процентов;
- состав долгосрочных обязательств на конец предыдущего года и отчетного периода с указанием сумм обязательств, погашение которых ожидается в течение 12 месяцев после отчетной даты;
- суммы полученных и погашенных краткосрочных кредитов и займов, а также суммы начисленных и уплаченных по ним процентов.

Следовательно, можно сделать вывод о достаточно узком перечне показателей, раскрываемых в отчетности о кредитах и займах.

Предложено дополнительно расширить в пояснительной записке следующую информацию:

- о величине кредитов и займов, имеющихся в организации, по срокам их погашения с указанием отдельно их величины в зависимости от целевого характера их использования;
- о величине процентов, подлежащих уплате, и процентных ставок по заключенным кредитным договорам (раздельно по срокам их погашения);
- о потенциальных направлениях использования полученных кредитов и займов;

- об объеме расходов, связанных с получением кредитов и займов;
- о величине займов, капитализированных в отчетном периоде и ставке капитализации;
- о величине просроченной задолженности по краткосрочным (долгосрочным) кредитам и займам и процентам по ним;
- о количестве и сроках заключенных кредитных договоров по их видам.

Практическое использование данных предложений будет способствовать детализации информации об имеющихся кредитах и займах в отчетности.

Литература

1. Об установлении форм бухгалтерской отчетности, утверждении Инструкции о порядке составления бухгалтерской отчетности [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 31 окт. 2011 г., № 111 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2012. — Дата доступа: 20.03.2016.

С.А. Федорович
О.В. Полуянчик
 БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук А.А. Круподерова

УЧЕТ И АНАЛИЗ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ

Сегодня главную роль на рынке играют интересы потребителя. К деятельности производителей предъявляются требования максимального удовлетворения потребностей покупателей в короткие сроки по приемлемой цене, что можно достичь только при хорошо налаженной логистике, обеспечивающей эффективность использования времени, финансовых и материальных ресурсов на протяжении всего процесса производства и потребления товаров и услуг.

Каждый собственник стремится увеличить свои доходы и снизить расходы. В условиях конкуренции собственник не может получить дополнительный доход только путем повышения цен на свою продукцию, так как существуют другие фирмы, способные предоставить аналогичную продукцию по более выгодной цене. Поэтому больший доход собственник может получить путем снижения расходов.

Актуальность работы обусловлена необходимостью эффективного управления расходами путем снижения логистических затрат.

Главные проблемы в данной области — нехватка информации о логистических издержках, отсутствие обоснованных методов учета и оценки, сложность отслеживания взаимного влияния решений в разных областях возникновения этих затрат.

Затруднения в оценке эффективности логистики связаны с существующими методами учета затрат в организациях и позволяющими выделять и контролировать логистические издержки, и, следовательно, оценивать результативность соответствующих функций, осуществляемых фирмой. Традиционно в бухгалтерском учете затраты группируются по «широким» группам. Например, амортизация, отчисления, заработная плата. Практически невозможно определить затраты, например, на складирование единицы хранения, которые необходимы для планирования соответствующих логистических операций. Затруднена оценка затрат на логистические операции, выполняемые одновременно работниками нескольких подразделений организации.

Более полный и точный учет затрат позволит отказаться руководителю организации от услуг логистического посредника, способного выполнить весь комплекс работ по складированию и управлению запасами, что приведет к положительной разнице между ценами на предлагаемые услуги и величиной собственных издержек перевозки и хранения в расчете на единицу товара (см. таблицу).

Группа логистических функций	Статья затрат	Постоянные	Переменные
Транспортировка	Транспортные услуги	+	+
	Расходы на ремонт и обслуживание собственного транспорта	+	+
	Потери от недостачи и порчи ценностей	+	
	Затраты, связанные с обнаружением и исправлением брака	+	
	Расходы по охране грузов	+	+
	Командировочные расходы, связанные со снабжением	+	+
	Страхование груза транспортных средств	+	
	Таможенные пошлины	+	
	Экспедирование	+	
Складирование	Расходы на содержание собственных складов	+	+
	Расходы по аренде внешних складов	+	
	Страхование	+	
	Налоги	+	+
	Потери от недостач и порчи других ценностей	+	
	Расходы по охране грузов	+	+
	Страхование складских запасов	+	
	Расходы по грузопереработке	+	

Благодаря анализу логистических издержек руководство предприятия может стратегически планировать распределение продукции, что позволит избежать нежелательных затрат на производство и максимально получать прибыль от производства.

При проведении анализа логистических издержек необходимо использовать следующие методы:

- стратегический (бенчмаркинг) — сравнение положения предприятия с точки зрения затрат на обслуживание потребителей с аналогичным положением его ближайших конкурентов;
- стоимостной — нормативный метод, основанный на изучении элементов издержек и направленный на снижение издержек и соответственно повышение потребительской ценности продукции;
- функционально-стоимостной — основан на тщательном изучении этапов процесса выполнения заказов потребителей и выяснении возможности их стандартизации для перехода к более дешевым технологиям.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности и увеличения дохода предприятий необходимо вести учет и анализ логистических издержек, необходимо применение современных методов управления затратами на предприятии.

Литература

Trade Logistics in the Global Economy [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSPContentServer/WDSP/IB/2014/09/08/000470435_20140908131444/Rendeder/PDF/904190WP0LPI0R00Box385316B00PUBLIC0.pdf. — Дата доступа: 06.03.2016.

Третье ежегодное исследование современной логистической инфраструктуры в Беларуси [Электронный ресурс] // Сайт Техновиза. — Режим доступа: <http://www.tehnoviza.by/articles/iii-ezhegodnoe-issledovanie-logisticheskoy-infrastruktury>. — Дата доступа: 08.03.2016.

Д.П. Федосеенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.О. Зарецкий

ТЛЕТВОРНСТЬ НАЛИЧИЯ В БЕЛОРУССКОЙ УЧЕТНОЙ ПРАКТИКЕ ПРОЦЕДУРЫ ОБЕСЦЕНЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Актуальность темы заключается в том, что с 1 января 2013 г. в Беларуси вступило в действие постановление Министерства финансов от 30.04.2012 № 26 «Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету основных средств» (далее — Инструкция № 26). В настоящее время происходит постепенное сближение национального бухучета с

МСФО, и принятие Инструкции № 26 является одним из шагов такого сближения.

Наличие в МСФО стандарта IAS 36 «Обесценение активов» обусловлено необходимостью соблюдения принципа осмотрительности, который предусмотрен и в Республике Беларусь. Согласно п. 8 ст. 3 Закона Республики Беларусь от 12.07.2013 № 57-3 «О бухгалтерском учете и отчетности» принцип осмотрительности предполагает, что активы в отчетности должны показываться по стоимости, не превышающей суммы денежных потоков, которые ожидаются от их использования в будущем, а обязательства и убытки отражаются в максимальной оценке.

Согласно Инструкции № 26 сумма обесценения основного средства равна сумме превышения остаточной стоимости основного средства над его возмещаемой стоимостью.

При наличии признаков обесценения основного средства определяется его возмещаемая стоимость на конец отчетного периода как наибольшая из текущей рыночной стоимости основного средства за вычетом предполагаемых расходов, непосредственно связанных с его реализацией, и ценности использования основного средства. Если возмещаемая стоимость основного средства оказывается ниже его остаточной стоимости, сумма обесценения отражается в бухгалтерском учете и составляется следующая бухгалтерская запись:

Д-т 91/4 К-т 02/отдельный субсчет — на сумму обесценения основного средства.

В Республике Беларусь отсутствуют методические разработки по применению МСФО 36 «Обесценение активов». Публикуемые интерпретации касаются лишь отдельных моментов в практическом использовании процедуры обесценения и не содержат конкретных примеров приложения рекомендаций стандартов к ситуациям, возникающим в реальной деятельности организаций.

Согласно МСФО переоценка, амортизация и обесценение представляют собой три самостоятельных элемента данной концепции учета, каждому из которых соответствует свой вариант учетного отражения. Однако следует заметить, что обесценение основных средств отражается на счете 02 «Амортизация основных средств», правда, с использованием отдельного субсчета, хотя данный счет используется для отражения сумм накопленной амортизации по основным средствам.

В белорусской учетной практике возможно применение и амортизации, и обесценения. Как известно, амортизация является инструментом распределения и признания расходов по периодам в динамической балансовой теории, процедура обесценения же является примером статической балансовой теории. Смешение балансовых теорий на практике имеет негативные последствия для пользователей при ознакомлении с результатами финансового положения предприятия.

Также в белорусской учетной практике существует переоценка основных средств. Результаты переоценки (в части уценки) и обес-

ценения в отечественной практике относятся на счет 91 «Прочие доходы и расходы». Обе процедуры, и обесценение, и уценка, хотя и имеют различные методики, но приводят к идентичным результатам в балансе.

В итоге, наличие в отечественной практике процедуры обесценения основных средств обусловлено следующими проблемами:

- отсутствие методических разработок по процедуре расчета сумм обесценения основных средств;
- нарушение основ теории бухгалтерского учета в части отображения на одном синтетическом счете информации об экономически однородном объекте;
- формирование информации о стоимости основного средства в балансе на основе эклектичности балансовых теорий;
- получение идентичных результатов по остаточной стоимости основного средства в балансе по результатам двух различных процедур (обесценения и переоценки — в части уценки).

Таким образом, белорусская учетная практика последовательно перенимает методологию МСФО в части предоставления пользователям информации об основных средствах. Данная модель имеет свои достоинства, но наряду с этим как мы постарались показать, ей присущи и определенные недостатки.

А.Г. Худик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.Ф. Горбач

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА И АНАЛИЗА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

Расчеты — неотъемлемая часть деятельности любой организации. Особая роль отводится управлению дебиторской и кредиторской задолженностью, что входит в обязанности аппарата бухгалтерии и финансовой службы.

Основной целью изучения дебиторской задолженности является определение реальной стоимости дебиторской задолженности в условиях меняющейся покупательной способности денежных средств.

В Республике Беларусь дебиторская задолженность должна быть классифицирована в зависимости от сроков погашения на краткосрочную и долгосрочную. Данная норма не противоречит МСФО, в частности IAS 1 «Представление финансовой отчетности» [1].

Однако в Республике Беларусь в настоящее время отсутствует деление задолженности на торговую и прочую дебиторскую задолженность. Следует также отметить, что в Республике Беларусь отсутствует такой нормативный документ, как Торговый кодекс, в отличие от стран Европы.

Еще одной отличительной чертой составления бухгалтерской (финансовой) отчетности по МСФО в части отражения дебиторской задолженности является невключение в ее состав выданных авансов (авансы выданные (полученные) должны отражаться отдельной строкой). В Республике Беларусь такая норма пока не предусмотрена.

В настоящее время в Республике Беларусь субъекты хозяйствования имеют право создавать на конец отчетного периода резервы по сомнительным долгам различными способами, которые не противоречат МСФО. Однако их сочетание в Республике Беларусь не применяется в отличие от других стран.

Следует отметить, что в Республике Беларусь дебиторская задолженность оценивается по стоимости сделки, т.е. справедливой стоимости. Однако основываясь на IAS 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» [2], после первоначального признания дебиторская задолженность должна быть оценена по амортизированной стоимости с использованием метода эффективной процентной ставки, который предполагает расчет амортизированной стоимости дебиторской задолженности по формуле, где r — процентная ставка (например, ставка рефинансирования Нацбанка Республики Беларусь); t — период между возникновением и погашением задолженности

$$\text{Амортизированная стоимость} = \frac{\text{Номинальное значение задолженности}}{(1 + r)^{t/365}}.$$

Исследование проводилось на фактических данных ОАО «Бобруйский мясокомбинат». По состоянию на 31 декабря 2015 г. дебиторская задолженность покупателя по одному из заключенных договоров составляет 136 млн руб. Срок взыскания данной задолженности наступает 28 августа 2016 г. Основываясь на формуле, амортизированная стоимость дебиторской задолженности будет равна 117,76 млн руб.

Таким образом, сумма дисконта составляет 18,24 (136 – 117,76) млн руб. и должна быть включена в качестве затрат на создание резерва под обесценение дебиторской задолженности.

При учете дебиторской задолженности особое внимание необходимо уделить анализу оборачиваемости и факторам, которые влияют на сроки и полноту ее погашения. Для этого аналитический учет необходимо вести в разрезе контрагентов с целью определения их платежеспособности. Это позволит выбрать оптимальные условия работы и предусмотреть их при заключении договоров.

Литература

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/ru/2015/ias1.pdf>. — Дата доступа: 20.03.2016.

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/ru/2015/ias39.pdf>. — Дата доступа: 20.03.2016.

М.Н. Чергейко
БрГТУ (Брест)

Научный руководитель — Н.Г. Кот

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ФОРЕНЗИКА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В связи с расширением бизнеса каждая компания сталкивается с необходимостью усиления контроля. В современном бизнесе широко распространено корпоративное мошенничество, формы и мотивация которого имеют различные последствия для деятельности компании. В соответствии со статистикой в среднем каждая организация теряет от мошенничества более 9 дол. в день на каждого работника и приблизительно 6 % годового дохода компании. Поэтому чрезвычайно важно принимать надлежащие меры для предотвращения, выявления и своевременного расследования преступлений. Одним из способов выявления мошенничества является форензик.

Форензик — это тщательное рассмотрение, детальный анализ финансово-хозяйственной деятельности организации, направленный на всестороннее изучение обстоятельств с целью выявления правонарушений или злонамеренных действий работников или третьих лиц, связанных с посягательством на финансовые ресурсы организации.

Факты финансового мошенничества имеются в каждой области, но наиболее уязвимыми являются учет основных средств, расчеты с персоналом и учет денежных средств в кассе. Рассмотрим основные финансовые преступления в каждой из областей.

Мошенничество, связанное с амортизацией и списанием основных средств, практикуется бухгалтерами достаточно широко. Очень распространенным нарушением является преждевременное списание компьютеров и другой оргтехники. Чтобы занять этот компьютер, нужно просто пораньше его списать.

Самая примитивная схема для реализации мошенничества в расчетах с персоналом — это включение в ведомость на получение заработной платы вымышленных работников. В этом случае злоумышленник начисляет фиктивную заработную плату на этих работников, сам расписывается в ведомости и присваивает себе реальные наличные деньги.

Неполное оприходование наличных денег, поступающих в кассу предприятия, — пожалуй, один из самых распространенных способов мошенничества среди кассиров и бухгалтеров. Такие злоупотребления

возможны на предприятиях с большим оборотом кассовых документов — например, в случае когда наличные деньги поступают в кассу от нескольких контрагентов, и такие поступления являются регулярными.

Данные нарушения присутствуют на каждом большом предприятии, и это только маленькая доля общего количества, поэтому собственникам компании необходима помощь в выявлении и решении данных проблем. Форензик является одним из действенных инструментов, позволяющих существенно минимизировать риски правонарушений или злонамеренных действий, а иногда остается единственным способом разрешения сложившейся неблагоприятной ситуации.

Литература

Что такое форензик [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://compliance-rk.com/uslugi/forensik/>. — Дата доступа: 23.12.2015.

КМПП в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kpmg.com/ru/ru>. — Дата доступа: 20.12.2015.

Экспертная инжиниринговая компания [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.stroiaudit.ru>. — Дата доступа: 22.12.2015.

В.В. Черкас
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г.В. Савицкая

БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках являются основными источниками информации для расчета большинства аналитических показателей, совершенствование которых является приоритетным направлением создания качественной информационной базы для анализа и нужд управления. Рассмотрим их основные недостатки и пути совершенствования.

1. В действующей бухгалтерской отчетности отсутствует информация о сумме начисленной и накопленной амортизации, без которой невозможно определить степень износа основных средств, а также косвенным методом рассчитать чистый денежный поток как по текущей, так и по инвестиционной деятельности [1].

2. В балансе краткосрочная дебиторская задолженность отражается общей суммой. Для целей анализа следовало реструктурировать эту группу активов, отдельно отразив задолженность покупателей и заказчиков, задолженность по векселям к получению, задолженность дочерних и зависимых обществ, авансы, выданные поставщикам и подрядчикам. Это необходимо для оценки ликвидности баланса и изучения денежных потоков косвенным методом.

3. В Республике Беларусь не разработаны методики оценки активов и обязательств с учетом инфляционной составляющей, в результате, по мнению С.Л. Коротаева, «занижается стоимость активов, вымываются оборотные средства на уплату налогов по бумажной прибыли, завышаются финансовые результаты и соответственно искажается финансовая отчетность» [2].

4. В отчете о прибылях и убытках отражается неполная информация о сумме начисленных процентов за использование заемных средств, так как часть их относится не прямо на финансовый результат, а на объекты капитальных вложений, что не позволяет правильно определить цену заемных средств и оценить эффект финансового рычага и ряд других аналитических показателей.

5. Отнесение курсовых разниц на доходы будущих периодов с последующим их списанием на финансовые результаты в течение нескольких лет допускает временные сдвиги, что существенно искажает финансовые результаты и достоверность финансовой отчетности.

6. На счете 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» отражается процесс и формирования, и использования прибыли, в результате чего в бухгалтерском учете и отчетности отражается неполный финансовый результат по основной деятельности, занижается величина чистой прибыли, что приводит к искажению многих финансовых коэффициентов, а также нарушается один из базовых принципов МСФО о недопустимости взаимозачета между статьями, формирующими финансовый результат, и статьями, отражающими использование полученной прибыли. Аналогичный недостаток относится и к счету 91, на который относятся проценты за кредиты по основной деятельности, представляющие собой процесс распределения прибыли.

Исходя из изложенного считаем целесообразным к счету 99 «Прибыли и убытки» открыть следующие субсчета: 99/1 — прибыли (убытки) по видам деятельности; 99/2 — финансовые расходы, связанные с привлечением заемного капитала; 99/3 — налоги и другие обязательные отчисления от прибыли; 99/4 — использование прибыли на социальные программы; 99/5 — изъятие прибыли собственниками; 99/6 — отчисления прибыли в резервные фонды; 99/7 — нераспределенная прибыль отчетного периода. В результате процесс формирования чистого финансового результата станет более прозрачным, и это позволит точнее исчислять многие финансовые показатели.

Литература

1. Савицкая, Г. В. Повышение информационного ресурса бухгалтерской отчетности / Г. В. Савицкая, Е. Л. Валюшко // Бух. учет и анализ. — 2014. — № 3. — С. 39–43.
2. Коротаев, С. Л. МСФО в Беларуси: состояние, проблемы, перспективы / С. Л. Коротаев // Бух. учет и анализ. — 2015. — № 4. — С. 33–36.
3. Панков, Д. А. Методика трансформации бухгалтерской отчетности в формат МСФО / Д. А. Панков, Д. А. Кухто. — Минск : Изд-во Гревцова, 2008. — 116 с.

СЕКЦИЯ 6

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СТАТИСТИКИ

А.Б. Бельский

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л.И. Карпенко

ИЗУЧЕНИЕ СЕЗОННОСТИ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ

Прогнозирование показателей демографических явлений и процессов невозможно без учета цикличности их развития, в том числе и сезонной. Сезонные колебания представляют собой изменения в динамике 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. Выявление сезонных колебаний демографических процессов позволяет не только более рационально организовать работу учреждений здравоохранения, но и предсказать изменение спроса на сопутствующие этим процессам товары и услуги.

Целью данной работы является аналитическое изучение сезонных колебаний квартальных показателей рождаемости, смертности и миграции в Республике Беларусь на основе данных за 2012–2015 гг.

Для количественной оценки сезонных колебаний демографических процессов был произведен расчет индексов сезонности. В результате было установлено, что пик сезонного цикла числа рождений приходится на III квартал (индекс сезонности равен 107,6 %). Наименьшее число рождений наблюдается в I квартале (93,8 %). В то же время на этот квартал приходится наибольшее число смертей (индекс сезонности составил 105,6 %), что может быть объяснено природно-климатическими условиями страны, обострением заболеваемости в зимний период. Наиболее значительное снижение смертности имеет место в III квартале (индекс сезонности равен 94,4 %).

В демографии особое внимание уделяется младенческой смертности, т.е. смертности детей в возрасте до 1 года. При изучении ее сезонных колебаний хороший результат дает гармонический анализ [2, с. 150]. Применение данного метода позволило смоделировать сезонную волну коэффициентов младенческой смертности. Стоит отметить, что анализ был проведен по относительным, а не абсолютным показателям младенческой смертности, чтобы элиминировать влияние сезонности рождаемости. Было установлено, что во II и I кварталах младенческая смертность происходит наиболее интенсивно, а «дно» сезонного цикла приходится на III квартал.

Расчет индексов сезонности миграционных процессов показал, что наибольшие числа прибытий в республику и выбытий из нее происходят в IV и III кварталах.

С использованием полученных в результате исследования индексов сезонности демографических процессов был выполнен прогноз численности населения по кварталам на 2016 г. по линейным уравнениям тренда числа рождений, смертей, прибытий и выбытий с учетом сезонности. Согласно результатам прогноза со II квартала впервые за долгое время в Республике Беларусь будет наблюдаться естественный прирост (во II квартале его коэффициент будет равен 0,2 %). Наибольший процент (39,6 %) всего общего прироста населения за год придется на III квартал, что обусловлено рассмотренными ранее сезонными колебаниями демографических процессов.

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.

2. *Харченко, Л. П.* Демография : учеб. пособие / Л. П. Харченко. — М. : Омега-Л, 2006. — 350с.

С.В. Кириенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л.И. Карпенко

ЭКСТЕНСИВНЫЙ АНАЛИЗ СМЕРТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ МИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Четкой тенденции в динамике численности умершего населения Минской области с 1990 по 2014 г. к снижению не наблюдается. Максимального значения численность умершего населения Минской области достигла в период с 2000 по 2005 г. Численность умершего городского населения ниже, чем сельского. В первую очередь это объясняется тем, что численность жителей в сельской местности выше, чем в городской. Также известно, что в сельской местности количество жителей старших возрастов выше, чем в городских, а вероятность смерти в старших возрастах выше.

Средний возраст умершего населения Минской области различается как по половому, так и по территориальному признаку: данный показатель у женщин значительно выше, чем у мужчин. Средний возраст умерших женщин больше, чем у мужчин на 6,77 года для Минской области. Это можно объяснить тем, что у мальчиков коэффициент младенческой смертности выше, чем у девочек. Также, как правило, женщины серьезнее, чем мужчины, относятся к собственному здоро-

вью, к выполнению рекомендаций врача. Мужчины в большей мере страдают от социальных болезней, имеют вредные привычки, чаще погибают от внешних причин.

Средний возраст умерших жителей городского и сельского населения различен. В сельской местности показатель выше, чем в городской, на 1,77 года. Данную разницу можно объяснить тем, что в сельской местности доля жителей пенсионного возраста выше, чем в городах и поселках городского типа. Это можно связать с тем, что в сельской местности более свежий и чистый воздух, нежели в городах и поселках городского типа.

Медианный возраст смерти для всего населения Минской области составляет 70,8 года. Самый высокий этот показатель у женщин, живущих в сельской местности (71,91 года), а самый низкий у мужчин, которые проживают в городах и поселках городского типа (64,94 года). Это зависит как от окружающей среды, так и от того, что мужчины более подвержены вредным привычкам, таким как курение, алкоголизм и наркомания.

Модальный возраст умершего населения Минской области превышает 70 лет. Это говорит о том, что наибольшее количество жителей Минской области умирает в возрасте 72,32 года.

Обобщая ранее сделанные выводы, можно сказать, что в Минской области все еще существуют проблемы с воспроизводством населения (рождаемость не превышает смертность), также можно заметить, что на исследуемой территории наблюдается такое явление, как старение населения. Это можно объяснить тем, что молодое население мигрирует в столицу республики, и доля населения старших возрастов увеличивается, что и приводит к росту старения населения. Для улучшения демографической ситуации в Минской области следует привлекать молодежь в малые города и агрогородки, улучшать уровень медицинского обслуживания населения и образования.

Литература

Теория статистики : учеб. пособие / Л. И. Карпенко [и др.]; под. ред. Л. И. Карпенко. — Минск : БГЭУ, 2013. — 591 с.

Регионы Беларуси : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2015. — 756 с.

К.Е. Козловская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук А.Г. Кулак

ГЕНДЕРНАЯ СЕГРЕГАЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Дискриминация по признаку пола — одна из наиболее обсуждаемых проблем в сфере неравенства между мужчинами и женщинами. Гендерная сегрегация представляет собой неравномерное распределение работников разного пола между секторами, отраслями экономики, профессиями и видами деятельности [1, с. 3]. Говоря о видах гендерной сегрегации, выделяют горизонтальную (профессиональная, отраслевая) и вертикальную сегрегацию (неравномерное распределение в рамках должностной иерархии) [2, с. 11].

Для оценки гендерной сегрегации используется ряд статистических показателей, называемых индексами сегрегации. Для расчета индексов построена базовая таблица сегрегации (табл. 1). Таблица построена по оперативным данным Национального статистического комитета Республики Беларусь. Наблюдается существенное смещение занятости — мужчины в большей степени присутствуют в «мужских» отраслях, чем женщины в «женских». За период 2010–2014 гг. концентрация мужчин в «мужских» отраслях увеличилась до 78 %, а концентрация женщин снизилась до 57,3 %.

Таблица 1

Распределение занятых по гендерно-доминируемым видам деятельности в Республике Беларусь, тыс. чел.

Вид деятельности	2010 г.		2012 г.		2014 г.	
	Муж- чины	Жен- щины	Муж- чины	Жен- щины	Муж- чины	Жен- щины
«Мужской»	74,7	40,3	79,2	44,4	78,0	42,7
«Женский»	25,3	59,7	20,8	55,6	22,0	57,3
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Рассчитаны следующие индексы гендерной сегрегации (табл. 2).

Таблица 2

Индексы гендерной сегрегации в Республике Беларусь

Показатель	Год		
	2010	2012	2014
Индекс Дункана	0,344	0,348	0,353
Индекс соотношения полов	0,677	0,720	0,744
Индекс предельного соответствия	0,344	0,347	0,349

За период с 2010 по 2014 г. индекс Дункана увеличился, что говорит об углублении процесса гендерной сегрегации. Если в 2010 г. сумма долей мужчин и женщин, которые должны были бы сменить вид деятельности для достижения в экономике гендерно-равномерного распределения, составляла 34,4 %, то в 2014 г. — 35,3 %. Индекс соотношения полов используется для сопоставления реальной ситуации и гипотетической (отсутствие сегрегации). Значение индекса не равно нулю, что говорит о существовании сегрегации. Индекс предельного соответствия изменяется от 0 до 1. Рассчитанные значения показали существование гендерного неравенства в экономике.

Таким образом, все рассчитанные индексы указывают на наличие гендерного неравенства на рынке труда Республики Беларусь. Для устранения сегрегации около 1/3 всех работников (и мужчин, и женщин) должны сменить сферу занятости (перейти из «мужского» вида деятельности в «женский», и наоборот), об этом говорит рассчитанный индекс диссимилиации, равный в среднем 0,348.

Литература

1. *Мальцева, И. О.* Гендерная сегрегация на внутреннем рынке труда: источники и последствия : учеб. пособие / И. О. Мальцева, Д. В. Нестерова. — М. : ГУ ВШЭ, 2009. — 44 с.

2. *Мальцева, И. О.* Гендерная сегрегация и мобильность на российском рынке труда : учеб. пособие / И. О. Мальцева, С. Ю. Роцин. — М. : ГУ ВШЭ, 2006. — 295 с.

Т.С. Лопатко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.В. Агабекова

ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ И СТРУКТУРЫ МАЛООБЕСПЕЧЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Малообеспеченность присуща практически любой стране, в том числе и Республике Беларусь. И поэтому без наличия полной и достоверной информации о малообеспеченности невозможно решение таких государственных социальных программ, как Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2015–2020 годы, Государственная программа о социальной защите и содействии занятости на 2016–2020 годы, Концепция национальной безопасности Республики Беларусь и др. Таким образом, можно утверждать, что исследование малообеспеченности является важной и актуальной задачей.

В Республике Беларусь изучение малообеспеченности ведется на основании выборочного обследования домашних хозяйств по уров-

ню жизни. В настоящее время Белстат производит расчет таких показателей, как уровень малообеспеченности, уровень относительной малообеспеченности, уровень материальной депривации домашних хозяйств.

На основании экономико-статистической оценки уровня и структуры малообеспеченности в Республике Беларусь можно сказать, что уровень малообеспеченности домашних хозяйств Республики Беларусь в 2015 г. составил 3,6 %, также следует отметить, что данный показатель имеет тенденцию к снижению и в среднем за 2000–2015 гг. сокращался на 15,1 % в год [1].

При проведении прогноза на 2016–2018 гг. был использован метод экстраполяции на основании тренда. Уравнением, которое наиболее точно аппроксимирует основную тенденцию показателей по данным за период 2005–2015 гг., является полином второго порядка, о чем свидетельствуют высокие значения $R^2 = 0,7466$. На основании полученных результатов можно сделать вывод о том, что уровень малообеспеченности домашних хозяйств в Республике Беларусь в последующие годы будет иметь тенденцию к увеличению. Это может быть связано с ухудшением экономической ситуации в стране, ростом цен.

При анализе профиля малообеспеченности можно отметить, что на протяжении анализируемого периода основную долю среди малообеспеченных составляют семьи с детьми, причем с увеличением количества детей распространение малообеспеченности возрастает. Это означает, что материальное положение многих семей с детьми настолько неустойчиво, что появление в их составе хотя бы одного дополнительного иждивенца способно снизить их уровень жизни до состояния малообеспеченности [2, с. 23].

Наибольшую долю лиц, входящих в состав малообеспеченных домашних хозяйств Республики Беларусь, занимает женское население по сравнению с мужским, а также лица в возрасте 0–17 и 25–54 года.

При изучении структуры времени, используемого на ведение домашнего хозяйства и уход за детьми для семей с детьми младше 10 лет, можно сказать, что уходом за детьми больше заняты женщины, которые в среднем за день тратят на эти цели почти 9 % своего суточного фонда времени, тогда как мужчины — менее 3 % [1]. Уход за детьми в возрасте до 10 лет осуществляют 78 % женщин и 59 % мужчин. При этом обучением детей и их воспитанием занимаются 61 % женщин и 45 % мужчин.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. — Дата доступа: 01.04.2016.

2. Пинязин, В. Н. Исследование уровня и качества жизни населения: традиционные и новые подходы (окончание статьи) / В. Н. Пинязин, В. И. Юодешко // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2013. — № 1. — С. 22–28.

В.В. Малюк

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор экономических наук М.М. Новиков

КОНЪЮНКТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ДИНАМИКИ БЕЛОРУССКОГО ЭКСПОРТА В РОССИЮ

В составе общего объема белорусского экспорта преобладающая его часть приходится на экспорт товаров и услуг в Россию. Анализ данных Республики Беларусь и Российской Федерации позволяет заметить, что объем белорусского экспорта в Россию с 2005 по 2008 г. возрастал, с 2009–2014 гг. рост экспортных продаж Республики Беларусь в Россию замедлился при наличии незначительных конъюнктурных колебаний [1, с. 477]. Аналогичным образом изменялся и объем экспортных продаж российской нефти на мировом рынке в долларах США [2, с. 636, 654]. Высокие мировые цены на нефть стимулируют развитие российской экономики, и благодаря возросшему спросу на внутреннем рынке Российской Федерации создаются благоприятные условия для увеличения импортных закупок белорусских товаров и услуг. Следовательно, можно выдвинуть гипотезу, что объем экспортных продаж Республики Беларусь в Россию предопределен российским экспортом нефти на мировой рынок. В результате проверки выдвинутой гипотезы получены следующие результаты.

На базе данных двух стран разработано уравнение регрессии, объясняющее зависимость объема белорусского экспорта в Россию $Y(t)$ от цены российской нефти на мировом рынке $P(t)$, объема продаж российской нефти на мировом рынке $Q(t)$

$$\hat{Y}(t) = 8,041 + 0,000247P(t) + 0,000649Q(t) + u(t). \quad (1)$$

Из аналитического представления уравнения 1 вытекают следующие выводы:

- с повышением цены на российскую нефть на мировом рынке на 1 дол. США за 1 т объем белорусского экспорта в Россию в среднем увеличивается на 247 тыс. дол. США;
- увеличение объема поставок российской нефти на мировой рынок на 1 млн т стимулирует рост продаж белорусских товаров и услуг на российском рынке на 649 тыс. дол. США.

В целях сохранения рынков сбыта Российская Федерация хотела бы сохранить объемы добычи нефти. Для оценки ожидаемых объемов поставки российской нефти на мировой рынок $Q(t)$ было разработано линейное уравнение тренда

$$Q(t) = 258,6 - 2,618t + u(t). \quad (2)$$

Можно предположить, что общая тенденция российских поставок нефти на мировой рынок сохранится и в 2016 г. По результатам оценки

параметров уравнения можно сделать вывод о том, что объем поставок нефти в 2016 г., при $t = 12$, составит 227,18 (258,6 – 2,618 · 12) млн т. В марте 2016 г. цена российской нефти марки Urals в среднем составила 40 дол. за баррель, что составляет приблизительно 291 дол. за т. Если подставить прогнозные оценки цены и объема поставки российской нефти на мировой рынок в уравнение (1), то можно спрогнозировать что в 2016 г. экспорт белорусских товаров в Россию сократится значительно и составит всего 8,26 млрд дол. США (для сравнения: в 2014 г. он был равен 15,18 млрд дол. США).

Таким образом, проведенное исследование доказывает, что Республика Беларусь нуждается в новых рынках сбыта отечественных товаров и услуг, иначе все это может обернуться значительным сокращением производства, увеличением безработицы и в целом ухудшением условий жизни населения.

Литература

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2014. — Минск : Белстат, 2015. — 524 с.
2. Российский статистический ежегодник, 2015. — М. : Росстат, 2015. — 707 с.

СЕКЦИЯ 7

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

С.В. Авласенок

Я.Н. Дунайко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.В. Ерчак

ПОЧТОВАЯ ЛОГИСТИКА. ПЕРСПЕКТИВЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В отличие от логистики в ее привычном понимании главным принципом почтовой логистики является минимизация затрат, а не времени.

Рост роли почтовой логистики в первую очередь связан с тем, что жители нашей страны все чаще осуществляют заказы за рубежом (70–80 % корреспонденций относятся к интернет-продаже). За первую половину 2015 г. только в Минске было обработано 125,8 млн почтовых отправлений. Расчетным путем, методом средневзвешенной, мы определили среднюю сумму покупок в зарубежных интернет-магазинах. Она составила 130,6605 дол. за полгода, или 22 дол. за месяц. Исходные данные для расчета были получены из результатов исследования Data Insight 2014 г.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О почтовой связи» РУП «Белпочта» — естественный монополист. Тарифы на некоторые из предоставляемых «Белпочтой» услуг регулируются государством и не покрывают расходы на производство и реализацию услуг.

Наиболее трудоемкая работа по обработке письменной корреспонденции до сих пор выполняется вручную, в то время как у наших коллег по Таможенному союзу построены новые логистические центры с оборудованием для автоматизированной сортировки и обработки почты [1].

Посылки с товаром, приобретенным в зарубежных интернет-магазинах, попадают в один из двух сортировочных центров: РУП «Белпочта» или «Минск-2». Доставленная в центр почта на лентах и лифтах отправляется в специальный зал для детальной проверки, обработки и сортировки. Все почтовые отправления должны быть с таможенной декларацией, в которой указываются данные получателя, полный адрес, вложение с перечнем того, что содержится внутри. Если данные получателя указаны не полностью, посылка на 60 дней «застрянет» на почте. В настоящее время 12 тыс. посылок лежат на складе в ожидании уточнения данных [2].

Далее посылка или письмо направляется на процедуру таможенного контроля, осуществляемого с помощью рентген-установок. Если у инспектора возникают подозрения, то посылка отправляется на ручной досмотр. Тогда сотрудник таможни вместе с работником «Белпочты» вскрывает упаковку и проверяет содержимое, его стоимость. Этот процесс строго регламентирован и фиксируется на видео. После проверки составляется опись содержимого.

РУП «Белпочта» внедряет новейшие технологические разработки в области почтовой логистики. В 2014 г. была приобретена сортировочная машина стандартных писем весом до 20 г. Машина сортирует до 45 тыс. писем в час. На закупку оборудования потрачено Br 41 млрд.

В 2012 г., Беларусь вошла в Топ-10 почтовых служб мира, в которых электронные почтовые услуги получили наибольшее развитие, и заняла 2-е место. В 2013 г. «Белпочта» была удостоена сертификата S42 Всемирного почтового союза [3, с. 7–9].

Для развития почтовой логистики в Республике Беларусь необходима автоматизация процессов обработки и сортировки почтовых отправлений, для чего важно привлечь инвестиции.

Литература

1. *Нестеров, А.* Ручной труд сортировщиков почты заменит техника: как это будет? [Электронный ресурс] / А. Нестеров // Информационное агентство Interfax. — Режим доступа: <http://www.interfax.by/article/95456>. — Дата доступа: 02.04.2016.

2. Как в Беларусь доставляют зарубежные посылки [Электронный ресурс] // Гродненская региональная таможня. — Режим доступа: <http://grt.customs.gov.by/component/content/article/34-topical/301-report.html>. — Дата доступа: 03.04.2016.

3. *Дробыш, Е.* «Белпочта»: тон задают технологии / Е. Дробыш // Почтовая связь. — 2014. — № 5. — С. 7–9.

С.А. Андросова

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.А. Подобед
БГЭУ (Минск)*

ОПТИМИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ЗАО «МИНСКИЙ ЗАВОД БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ»

Конкуренция на рынке безалкогольных напитков приходится на 5 крупнейших отечественных компаний: «Кока-Кола Бевриджиз Беларусь», ЗАО МЗБН, СООО «Дарида», СП «Фрост и К» ООО, СООО «АкваТрайпл». Компании нацелены на расширение ассортимента и стабилизацию своих конкурентных позиций. В стоимостном

и натуральном выражении ЗАО МЗБН занимает 2-е место после «Кока-Колы Бевриджиз Беларусь» в структуре рынка безалкогольных напитков Республики Беларусь.

Минский завод безалкогольных напитков имеет наибольшую производственную мощь в нашей стране, тем не менее занимает положение «последователя» и не формирует основные тенденции рынка. Достичь позиции лидерства на белорусском рынке безалкогольных напитков завод сможет, развивая свои сильные стороны и исправляя существующие недочеты. Для данной компании автор рекомендует оптимизировать конкурентную позицию с помощью стратегии наступательного маркетинга. В качестве ключевых направлений стратегии предлагается:

1) увеличивать загрузку производственных мощностей для лучшего обеспечения рынка;

2) избегать устаревания оборудования и увеличивать количество функциональных связей в организационной структуре управления. Это обеспечит более слаженную и взаимосвязанную работу подразделений завода;

3) уменьшить количество товаров на складе;

4) расширять рынки сбыта и географию продаж путем ведения переговоров с другими странами, тем самым увеличивая объем продаж;

5) плотно изучать спрос населения на каждую из групп товаров, выявляя неактуальные продукты и вовремя выводя их с рынка;

6) изучать существующие угрозы внешней среды, своевременно выявлять их влияние на компанию;

7) разработать свой уникальный товарный знак и запоминающийся слоган в целях достижения большей известности у потребителей;

8) начать активную работу становления березового сока «Бярозавік» главной торговой маркой завода наряду с минеральной водой «Минская-4»;

9) совершенствовать и налаживать рекламные кампании, используя современные способы, в том числе Интернет;

10) развивать интегрированные маркетинговые коммуникации;

11) избрать иную ценовую стратегию, отказаться от модели «дешево и сомнительно по качеству»;

12) использовать «стратегию голубого океана», которая активно используется в мировой практике (ниша для завода — здоровые и полезные безалкогольные напитки, которых мало на белорусском рынке).

13) внедрить стандарты мерчандайзинга, регламентирующие порядок представленности продукции предприятия на полках в торговых сетях, обеспечить наилучшие места в торговых залах, увеличить число импульсных покупок, совершенствуя инфраструктуру продаж (торговые стеллажи, фирменные паллеты и холодильное оборудование);

14) проводить акции, дегустации, программы мотивации, что в условиях падения покупательной способности является наиболее эффективным способом поддержания и стимулирования объема продаж.

**А.А. Антонюк
И.М. Кожемяко**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук С.В. Разумова
БГЭУ (Минск)*

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ

В условиях чрезвычайно быстро изменяющейся бизнес-среды и нестабильного с точки зрения формирования запросов рынка вполне логично зарождается и уверенно развивается стартап-движение. В настоящее время поддержка стартап-движения является одним из значимых инструментов развития инновационного предпринимательства в Республике Беларусь. Ежегодно в стране проходит более 150 мероприятий, где любой желающий может представить свой проект и получить возможность найти инвестора.

За последние три года количество участников таких мероприятий в Республике Беларусь увеличилось с 8100 чел. в 2012 г. до 15 168 чел. в 2015 г., что свидетельствует о стремительно увеличивающемся интересе к подобного рода мероприятиям со стороны общества [1].

В то же время существует ряд проблем сдерживающего характера: сократилось количество перспективных и проработанных бизнес-идей и их инициаторов; снизилось количество профинансированных бизнес-проектов частными инвесторами; недостаточный объем государственной поддержки и несовершенный механизм ее оказания организаторам стартап-мероприятий [2].

Наиболее известными белорусскими конкурсами, в частности, являются Minsk StartUp Weekend, Minsk Invest Weekend, Bel Biz Battle, Venture Day, Mentor Day в ПВТ, 100 Идей для Беларуси (при поддержке БРСМ) и проект «Мой бизнес» на ОНТ.

Для анализа перспектив развития стартап-движения в Беларуси нами было проведено исследование в виде опроса, в котором приняли участие 100 респондентов, средний возраст опрошиваемых составил 20,5 года. Поиск респондентов производился методом «снежного кома» в группах в социальных сетях, посвященных стартап-мероприятиям.

Результаты исследования позволили выделить основные мотивы участия молодежи в стартап-мероприятиях: бесплатный PR и возможность засветиться в СМИ; возможность заявить о себе инвесторам; получение финансовых выгод; мотивация команды; поиск единомышленников в свою команду; возможное обнаружение конкурентов.

В качестве рекомендаций организаторам стартап-мероприятий можно предложить активизацию работы в следующих направлениях: создание единой платформы для стартапов и инвесторов; совершенствование системы финансирования, в частности привлечение большего количества частных инвесторов; развитие культуры предпринимательства в молодежной среде путем организации дополнительных курсов, семинаров и тренингов; организация нетворкингов в рамках мероприятий.

Участникам стартап-мероприятий рекомендуется обратить внимание на следующие аспекты: нужно представлять не идею, а ее воплощение; большее внимание уделять маркетингу, а не совершенствованию продукта; быть готовым изменить продукт, если того требует рынок; для начала стараться найти средства самостоятельно, лишь потом обращаться к инвесторам.

Литература

1. Министр экономики Владимир Зиновский утвердил План проведения стартап-мероприятий в Беларуси на 2016 год [Электронный ресурс] / М-во экономики Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://economy.gov.by>. — Дата доступа: 28.03.2016;
2. Стартап-движение для успешного бизнеса [Электронный ресурс] / М-во экономики Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.economy.gov.by>. — Дата доступа: 28.03.2016.

**Е.А. Бабушкина
Е.В. Крачко**
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.В. Кузнецова

РЕВЕРСИВНАЯ ЛОГИСТИКА

Возвратные потоки представляют все больший интерес для цепей поставок в силу роста внимания к «зеленой логистике» и возможностей повторного использования возвращаемых товаров или сырья. Определение возвратной логистики полностью соответствует определению логистики как таковой за исключением того, что речь идет о потоке от потребителей к поставщикам.

В рамках этого подраздела рассматриваются следующие виды обратного движения: а) изъятие продукта в случае если он, уже попавший к потребителю, оказался настолько дефектным, что его необходимо собрать и вернуть; б) возврат для распределения; в) рециклинг (вторичное использование) товара, упаковки (тары), второсортной продукции, излишка материалов для продажи другим фирмам.

Каждое предприятие имеет возвратные материальные потоки и старается их минимизировать, так как они связаны с дополнительными издержками, нежелательными для любого предприятия.

Уменьшить объем некондиционного товара невозможно без применения более дорогостоящих видов транспорта и более качественного хранения, поэтому одной из главных задач управления возвратными потоками и формирования эффективной логистической подсистемы управления возвратными потоками является нахождение баланса между качеством логистического обслуживания прямого товаропотока и объемом возвращаемого товара. При этом общие логистические издержки на обслуживание прямого и возвратного товаропотоков, а также потери, связанные с возвратными потоками, минимальны

$$TC_j = C_{\text{оборот}}^{\text{зам}} + C_{\text{тр}}^j + C_{\text{хр}}^j + C_{\text{упр}}^j \rightarrow \min,$$

где $C_{\text{оборот}}^{\text{зам}}$ — потери от замораживания оборотных активов в возвратных товаропотоках; $C_{\text{тр}}^j$ — стоимость транспортировки возвратных товаропотоков; $C_{\text{хр}}^j$ — стоимость хранения и грузопереработки возвратных товаропотоков; $C_{\text{упр}}^j$ — затраты на управление возвратным товаропотоком.

Организация возврата товара сводится к организации процессов выявления, консолидации возвратных товаропотоков и возврата потребительской стоимости возвращенного товара или уничтожения его должным образом с минимальными затратами и потерями для организации.

Однако следует рассмотреть данную проблему с другой стороны: целесообразно ли максимизировать возвратные потоки. Наиболее ярко эта цель проявляется при реализации концепции «зеленой цепи поставок», когда перед производителем и торговым предприятием стоит задача минимизации вреда, в частности наносимого выбрасываемой после использования на свалку готовой продукцией и/или упаковкой от нее.

Для достижения этой цели партнеры в цепи поставок могут применить следующие инструменты:

- 1) определение общих правил и процедур приема и обработки возвратных потоков;
- 2) инструменты категорийного менеджмента;
- 3) балансировка потребностей и операционных возможностей по организации обработки возвращаемого потока на тактическом и оперативном уровнях.

В мировой практике концепция «зеленой цепи поставок» давно используется и широко распространена. Многие компании занимаются переработкой старой продукции (Patagonia, Nike, Toyota, McDonald's и др.).

В Республике Беларусь, к сожалению, развитие концепции «зеленой цепи поставок» находится лишь на начальном этапе. Большин-

ство предприятий сталкивается с недостатком складских площадей для хранения возвращаемой продукции, недостаточной оснащенностью пунктов переработки данной продукции и т.д. К тому же данная концепция не получила должной поддержки со стороны населения. Однако за последние несколько лет ситуация изменилась: население активно участвует в сортировке бытовых отходов. Это подтверждает сформированное не так давно движение «Цель 99 %», главной целью которого является сортировка и переработка 99 % бытовых отходов. Уже более 11 000 человек присоединились к данному движению. Следовательно, население готово поддерживать производителей и принять непосредственное участие в реализации основных целей «зеленой логистики».

Литература

Ермолина, М. В. Возможности сотрудничества в цепи поставок для влияния на объем возвратных потоков готовой продукции / М. В. Ермолина // Логистика и управление цепями поставок. — 2014. — № 6 (65). — С. 78–80.

Калашников, С. А. Применение модели возвратных товаров с использованием средств реверсивной логистики / С. А. Калашников // Логистика. — 2014. — № 5. — С. 29–31.

Уваров, С. А. Управление возвратными потоками в цепях поставок как фактор организации бережливого производства / С. А. Уваров // Логистика. — 2012. — № 5. — С. 45–47.

Зуева, О. Н. Логистика возвратных потоков вторичных ресурсов / О. Н. Зуева, С. А. Шахназарян // Вестн. Балт. федер. ун-та им. И. Канта. — 2014. — № 9. — С. 140 — 147.

А.Р. Бубен
Ю.Г. Ягелло
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.С. Смоляга

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО МАРШРУТА ИСХОДЯ ИЗ ТРАНСПОРТНЫХ ИЗДЕРЖЕК

Транспортные издержки — затраты на перевозку грузов. Транспортные издержки по отношению к перевозке делятся на постоянные и переменные.

Анализ транспортных затрат при осуществлении перевозки груза Беларусь — Италия (г. Тревизо): существует шесть схем движения в Италию (№ 1 — Польша, Чехия, Австрия, № 2 — Литва, Польша, Чехия, Австрия, № 3 — Польша, Словакия, Венгрия, Австрия, № 4 — Литва, Польша, Словакия, Венгрия, Австрия; № 5 — Польша, Сло-

венция, Венгрия, Словакия; № 6 — Литва, Польша, Словения, Венгрия, Словакия). Принимаем во внимание, что в Польше действует ограничение на провоз в баке автомобиля 600 л топлива, а цены на топливо в Европе значительно выше, самый оптимальный (короткий) маршрут № 1 (4445 км, 13 дней). Конкурирует маршрут № 5 (4524 км, 13,2 дня). Наименее оптимальный № 4 (4791 км, 14,6 дня).

Исходя из анализов общего пробега и расхода топлива на кругорейс, для дальнейшего анализа оставляем 1, 2, 4 и 6 схемы движения, так как 3 и 5 схемы неэффективны из-за больших затрат на топливо. Расход топлива за кругорейс по первому маршруту составит 630 евро от Италии до Беларуси. Затраты на весь кругорейс составят 1160 евро. Затраты на топливо сокращаются, при движении через Литву с объемом бака 1440 л топлива хватает на весь кругорейс, и затраты составят 870 евро.

На затраты влияют общий пробег и дорожные сборы, поэтому существуют два оптимальных маршрута движения — это № 2 и 6. Затраты составляют 3788 и 3793 евро соответственно, поэтому машину отправляем по одному из этих маршрутов. Затраты по 1 и 4 маршрутам составляют 3881 и 3925 евро соответственно.

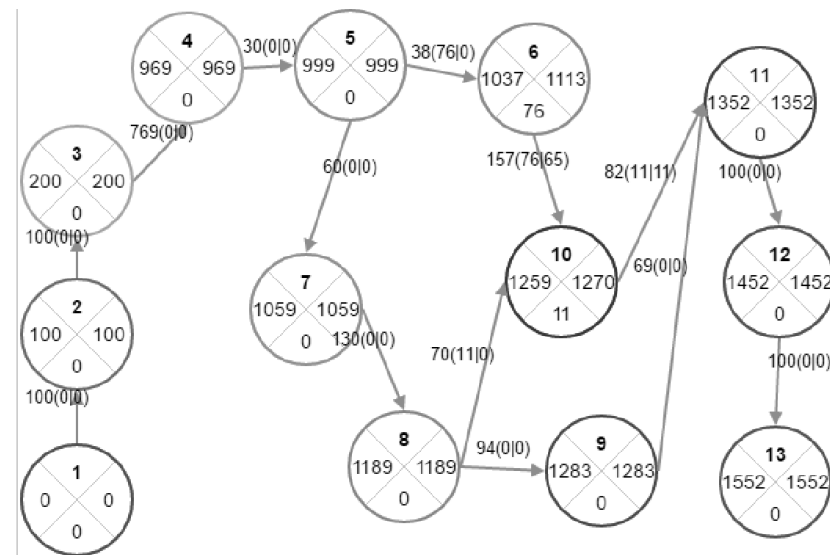
Для нахождения наиболее оптимального маршрута проведем метод экспертных оценок, который оценивается по затратам на перевозку и эффективности выполнения.

По расчетам матрицы рангов факторов по затратам на перевозку уменьшение дисперсии (T) равно 1. Согласованность мнений экспертов, оцениваемая с помощью коэффициента конкордации (W), составила 0,608, т.е. ответы экспертов согласованы на 60,8 %. Для оценки значимости W рассчитали критерий Пирсона $\chi^2_{\text{табл}}$, равный 18,32. Данное значение сравнивается с табличным значением $\chi^2_{\text{табл}} = 7,82$. $\chi^2_p > \chi^2_{\text{табл}}$ — коэффициент конкордации является значимым, и с вероятностью 95 % можно утверждать о наличии определенной согласованности в оценках экспертов.

По расчетам матрицы рангов факторов по эффективности: $T = 0,5$, $W = 0,708$ (ответы экспертов согласованы на 70,8 %), $\chi^2_p = 21,2$. $\chi^2_p > \chi^2_{\text{табл}}$ — коэффициент конкордации является значимым.

Исходя из предложенных маршрутов необходимо выбрать наиболее оптимальный при помощи коэффициента эффективности, поэтому маршрут № 2 = 1,379, № 4 = 0,504; № 6 = 0,810, следовательно, выбираем второй маршрут движения через Австрию.

В заключительном анализе проводим построение сетевого графика (см. рисунок, таблица), согласно времени — количество времени пребывания автомобиля в движении, которое составляет 9 часов, затрат на топливо (1440 л = 769 евро) и оплату дорог (по каждой стране), стоимость затаможивания груза, оформление документов, разгрузка и выпуск автомобиля является ценой постоянной.



Построение сетевого графика

Результаты сетевого графика

Номер маршрута (№ п/п)	Схема доставки	Время T , дней	Стоимость C , евро
PL-LT-CZ-AT-IT	1,2,3,4,5,6,10,11,12,13	14,3	1476
PL-LT-SL-HU-AT-IT	1,2,3,4,5,7,8,10,11,12,13	14,6	1541
PL-LT-SL-HU-SIO-IT	1,2,3,4,5, 8,9,11,12,13	14,5	1552

В итоге получилось, что первая схема движения является самой оптимальной и по времени, и по затратам.

Литература

Бычков, В. П. Экономика автотранспортного предприятия : учеб. пособие / В. П. Бычков. — М. : ИНФРА-М, 2010. — 384 с.

Н.В. Вербицкий
М.И. Гаврильчик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.В. Разумова

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ КРАУДЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Такие термины, как «краудфандинг», «краудсорсинг» и «краудэкономика», еще не успели прочно укорениться в сознании современного человека, но уже все реже вызывают у людей недоумение и желание воспользоваться поисковой системой. Проекты, набирающие большие суммы по принципу «с мира по нитке», вызывают неподдельный интерес у участников белорусского рынка.

Краудэкономика — это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов). Сбор средств может служить различным целям: помощи пострадавшим от стихийных бедствий, поддержке со стороны болельщиков, поддержке политических кампаний, финансированию стартап-компаний и малого предпринимательства, созданию свободного программного обеспечения, получению прибыли от совместных инвестиций и многому другому.

Краудфандинговые площадки существуют не только за рубежом, но и в нашей стране: «Улей» и «МаеСэнс».

На подобных площадках набирает нужную сумму небольшое количество проектов, однако специалисты считают, что это служит своеобразным фильтром, в ходе которого отсеиваются слабые и неконкурентные проекты.

Проанализировав немалое количество источников и площадок, а также рынок Беларуси в целом, можно выделить ряд ярких проблем правового и маркетингового характера.

К правовым можно отнести:

- защиту авторских прав. Никто не может дать гарантию, что вашу идею, на которую не собрали нужных средств, не присвоит другие;
- недоработанный финансовый механизм возврата средств. Что будет с деньгами, которые вложили в проект, но он не собрал достаточной суммы и не был реализован?

К маркетинговым проблемам относятся:

- незаинтересованность крупных фирм в краудплощадках;
- отсутствие краудсорсинговых площадок.

Решить правовые проблемы можно с помощью развития законодательства в сфере бизнеса и краудэкономики, а маркетинговые проблемы — с помощью инициативных студентов.

Проведя опрос крупнейших работодателей Минска и студентов последних курсов вузов Беларуси, можно сделать вывод о целесообразности создания в Беларуси краудсорсинговой площадки.

Результаты опроса: 85 % фирм согласны брать на проектную работу молодых специалистов, давать им определенные навыки и рекомендации, а 95 % студентов согласны оказывать бесплатную помощь, получая при этом опыт, навыки и рекомендации.

Основные выводы, которые были сделаны в ходе изучения данной темы:

- краудэкономика Республики Беларусь имеет правовые и маркетинговые проблемы. Их решение заключается в совершенствовании законодательства и эффективном брендинге крауд-площадок;
- размер фирмы напрямую влияет на потребности компании в крауд-площадках: крупный бизнес заинтересован в свежих идеях, которые ему сможет дать краудсорсинг, а молодые фирмы нуждаются в финансовой поддержке краудфандинга;
- в Беларуси есть возможности и ресурсы для создания краудсорсинговой площадки, основными участниками которой будут крупнейшие фирмы Республики Беларусь и студенты ведущих вузов страны.

Н.В. Вербицкий
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.Е. Анкинович

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ УЧАСТИЯ В ВЫСТАВКЕ ТІВО-2016

Важную роль в формировании положительного восприятия организации, ее товаров или услуг играет выставочная деятельность. Именно она позволяет использовать все возможные способы для освоения рынка и обеспечения максимальной результативности продвижения продукции или услуг. Маркетинговые коммуникации в сфере выставочного бизнеса — ключевое направление в создании наиболее благоприятных для компании условий бизнеса.

Одной из самых крупных выставок, проходящих на территории Республики Беларусь, является Международный выставочный форум ТІВО — ежегодное мероприятие, посвященное телекоммуникациям, информационным и банковским технологиям.

Для анализа результативности участия в выставке были выбраны два стенда основной линейки, относящиеся к одной профессиональной области, — стенды мобильных операторов Velcom и МТС. Основными методами аналитической работы являлись методы экспертных оценок и корреляционно-регрессионного анализа.

По результатам экспертных оценок (по критериям «соответствие корпоративному стилю», «внешняя привлекательность стенда», «внешняя привлекательность информационных материалов», «обеспечение привлечения к стенду представителей целевой аудитории», «со-

ответствие содержания и формата (плакат, слайд, ролик, листовка и т.д)», «соответствие количества выставленных информационных материалов», «наглядность» (доходчивость) подачи информации материалов) с коэффициентом конкордации, равным 68 %, более успешным и привлекательным считается стенд компании Velcom.

Для проведения корреляционного анализа в качестве зависимого фактора, который наиболее полно отражает результативность участия в выставке, был выбран показатель «выручка», а в качестве независимых факторов выступили «расходы на участие в выставке», «доля рынка», «число абонентов», «инфляция», «ставка рефинансирования». Были рассчитаны коэффициенты парной корреляции для каждого критерия. Также результаты анализа указали на коллинеарность факторов «расходы на участие в выставке» и «доля рынка» (коэффициент парной корреляции составил 0,62), что говорит о тесной связи между независимыми переменными. Дальнейшие исследования (расчет коэффициентов Фехнера и Спирмена) показали, что фактор «расходы на участие в выставке» сильнее влияет на зависимую переменную, чем фактор «доля рынка». Таким образом, корреляционный анализ показал, что на выручку компаний в наибольшей степени влияет показатель «расходы на участие в выставке». С позиции экономического анализа данный результат является наиболее оправданным, поскольку прямая взаимосвязь затрат и экономического эффекта является его основой.

Таким образом, результативность участия в выставке следует анализировать комплексно методами экспертных оценок и экономико-математическими методами, в частности при помощи корреляционно-регрессионного анализа.

М.Г. Вольская
Е.И. Зенович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.В. Тарелко

ЛОГИСТИКА И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ

Мы живем в мире ограниченных ресурсов, когда потребительские взгляды человека на природу наносят вред окружающей среде и могут привести в будущем к масштабным экологическим катастрофам. В каждой сфере своей деятельности человечество должно придерживаться экологических аспектов, чтобы минимизировать негативное влияние на окружающую среду, и логистика не является исключением. Поэтому актуальным является рассмотрение и предложение основных путей уменьшения вреда, наносимого окружающей среде при осуществлении логистической деятельности.

Выделим следующие негативные факторы воздействия логистики на окружающую среду: разрушение экосистем вследствие строительства объектов логистической инфраструктуры, загрязнение воздуха, воды и почвы вредными выбросами, а также пылевое, шумовое, вибрационное воздействие транспортных средств. Чтобы снизить воздействие данных факторов, целесообразно внедрять принципы «зеленой логистики», которая преследует цели минимизации вредных воздействий на окружающую среду, сокращения или полностью исключая потребление невозобновляемых ресурсов [1, с. 8].

Отметим, что аспекты экологии важно учитывать на всех стадиях функционирования цепи поставок. Так, на стадии закупочной логистики следует отдавать предпочтение поставщикам сырья, которые стараются минимизировать или компенсировать вред, наносимый природе при осуществлении добывающей деятельности. При экологизации производственной логистики важно соблюдать требования экологической стандартизации, использовать современные ресурсосберегающие или безотходные технологии производства. Учитывая экологические аспекты в распределительной логистике, необходимо оптимизировать каналы поставок, исключая потери, имеющие место, например, из-за нерационального использования подвижного состава и неэффективно разработанных маршрутов доставки. Целесообразно также избавиться от чрезмерной упаковки, отдавая предпочтение вторично перерабатываемой или биоразлагаемой упаковке. Совершенствование складской инфраструктуры заключается в переходе на тепло- и энергосберегающие технологии при функционировании складских помещений и использовании многоразовой тары (паллетов, контейнеров). Очень важна экологизация транспортной логистики путем перехода на современные экологичные транспортные средства, увеличения доли использования железнодорожных, водных и мультимодальных перевозок, использования двухъярусных прицепов-контейнеров и в целом стремления к максимальной загрузке транспортных средств. Экологическая оптимизация информационной логистики достигается ведением экологического мониторинга и отказом от бумажного документооборота, т.е. переходом на электронные системы передачи данных. Следует заметить, что максимальный эффект ресурсосбережения логистика позволяет получить при использовании «интегральной парадигмы», т.е. за счет эффективного функционирования каждого элемента системы во взаимосвязи с другими элементами [2, с. 157].

Безусловно, необходимость решения экологических проблем вносит свои коррективы во все направления хозяйственной деятельности, включая логистику. Рациональная организация цепей поставок и экологизация логистики позволяют улучшить экологическую ситуацию в мире. Логистика и экология тесно взаимосвязаны, и их совместное действие поможет сохранить богатство нашей Земли для будущих поколений.

Литература

1. Экологистика: экономика + экология / О. Вержбицкий [и др.] // Дистрибуция и логистика. — 2012. — № 10. — С. 8–11.
2. Афанасенко И. Д. Логистика снабжения : учеб. для вузов / И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова. — СПб. : Питер, 2010. — 336 с.

А.С. Воробьева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.И. Карпеко

ОПТИМАЛЬНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ МАСЛОЖИРОВОЙ ПРОДУКЦИИ

В условиях нестабильной экономики нахождение и реализация оптимальных маркетинговых решений относительно производственной программы предприятия существенно осложняются, поскольку разработчикам необходимо учитывать множество критериев и условий, диктуемых рынком и производством. Реальными посылками для планирования производственной программы на ближайший плановый период являются производственная мощность предприятия и портфель заказов на выпускаемую им продукцию [1, с. 138].

Нами предпринята попытка применить методы линейного программирования для разработки оптимальной производственной программы ОАО «Минский маргариновый завод» — предприятия масложировой отрасли с более чем полувековой историей и сложившимися традициями качества.

Анализ показателей рентабельности затрат и продаж за 2013–2014 гг. показал, что они хоть и имеют положительные значения, но существенно снижаются в последние годы. Проведенное исследование показало, что поиск оптимальных решений и принятие соответствующих мер по осуществлению этих решений может дать положительный результат.

На первом этапе была смоделирована ситуация, при которой в качестве лимитирующих факторов выступали только внутренние ограничители деятельности предприятия: сырьевые ресурсы, теплоэнергия, вода, электроэнергия и оплата труда производственных рабочих. Полученная производственная программа при заданных условиях включает в себя только 3 ассортиментные позиции: соус «1000 островов», маргарин «Молочный» и масло подсолнечное. Однако принятие такой производственной программы связано с риском потери покупателей тех товаров, которые не вошли в план, оптимальный с точки зрения внутренних возможностей организации. Безусловно, что предприятие заинтересовано в сохранении всего контингента своих традиционных и новых покупателей. Поэтому была проведена работа по

уточнению производственного ассортимента с учетом существующих объемов продаж продукции и оценки существующих договорных отношений с покупателями и потребителями, а также перспективности их развития.

В итоге, при добавлении в задачу верхних и нижних границ рыночного спроса структура производственной программы существенно изменилась. Снизилась возможная выручка от реализации продукции. Но в предлагаемом решении относительно производственной программы сохраняются все освоенные на предприятии ассортиментные позиции, т.е. предлагается продолжать производство по всем 11 ассортиментным группам масложировой продукции. Для краткосрочного периода это является, на наш взгляд, наиболее оправданным решением, так как позволяет максимально учесть интересы покупателей, в то же время определить план мероприятий по повышению рентабельности производственного ассортимента.

Внедрение результатов решения оптимизационной задачи в практику работы предприятия позволит увеличить выручку от реализации продукции на 3335 млн руб. относительно фактического значения в 2014 г. При этом рентабельность продаж повысится примерно на 12 процентных пунктов.

Таким образом, проведенное исследование подтверждает необходимость использования в практике работы промышленных предприятий современного инструментария оптимизации маркетинговых решений.

Литература

1. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. И. Карпеко. — Минск : БГЭУ, 2010. — 415 с.

Е.В. Довнар
В.В. Довнар
БГТУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.В. Шишло

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ АКВАПАРКА «ЛЕБЯЖИЙ»

Развлекательный комплекс «Аквапарк «Лебяжий» расположен по адресу: г. Минск, пр. Победителей, 120 — рядом с Минской кольцевой автомобильной дорогой. Основной предмет деятельности предприятия — организация отдыха и развлечений, культуры и спорта [1].

Данные, полученные из внешних информационных источников, дают основание предположить, что одним из главных направлений

развития аквапарка является налаживание транспортной инфраструктуры предприятия. На данном этапе проезд к аквапарку осуществляется преимущественно на личном автомобиле, что значительно снижает спрос на бар.

Из приведенной таблицы следует, что деятельность баров является убыточной (рентабельность составляет $-43,5\%$).

Частичный анализ деятельности предприятия за январь—сентябрь 2015 г.

Вид отдыха	Выручка, с НДС	Прибыль (убыток) от реализации	Рентабельность продаж, %
Аквазона	63 686 719 648	6 375 403 675	10,0
Тренажерный зал	3 943 977 675	144 202 428	3,7
СПА-центр	14 275 615 345	892 908 002	6,3
Бары	8 282 263 350	-3 602 195 105	-43,5

Необходимо отметить, что микрорайон «Лебяжий» постепенно разрастается, однако транспортная инфраструктура остается слабо-развитой.

Проанализировав расписание и пути следования автобусных, троллейбусных и маршрутных транспортных средств, можно предложить следующие альтернативные схемы проезда до остановки «Аквапарк»: от МВЦ «Экспобел», а также от улицы Шабаны (см. рисунок).

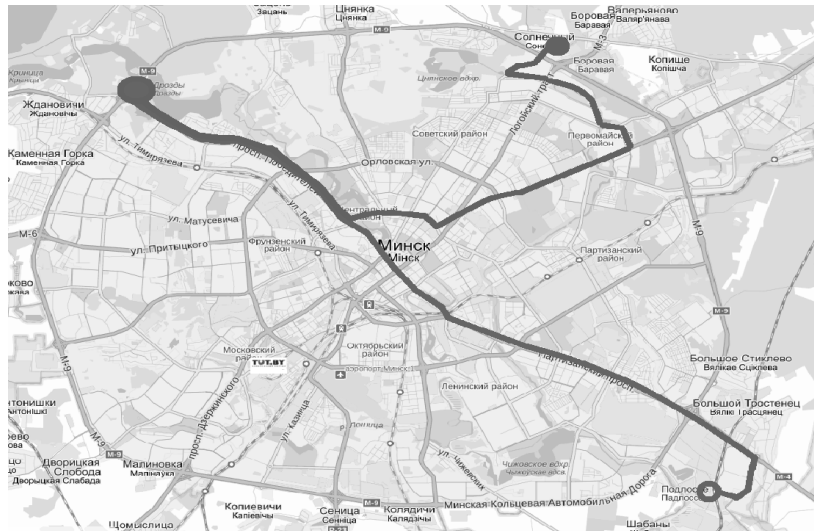


Схема проезда маршрутных такси

Таким образом, запуск дополнительного маршрутного транспорта вдоль проспекта Победителей предоставил бы возможность комфорта-

бельного проезда как для жителей микрорайона, так и для посетителей аквапарка, что, несомненно, оказало бы положительное влияние на рентабельность предприятия. Реализовать данное мероприятие следует путем сотрудничества с оператором всех регулярных перевозок — ГУ «Столичный транспорт и связь» Мингорисполкома.

Литература

1. Аквапарк Лебяжий в Минске [Электронный ресурс] // Аквапарк Лебяжий в Минске. — Режим доступа: <http://waterpark.by/ru>. — Дата доступа: 14.03.2016.

И.Ю. Евсевичкая
К.А. Царик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О.И. Милевская

БЕЛОРУССКИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

На сегодняшний день практически ни одна страна мира не в состоянии обеспечить все разнообразие своих внутренних потребностей в различных сферах экономики только за счет собственного производства. Решается эта проблема при помощи международной торговли, следствием чего является необходимость международных перевозок.

На международном рынке логистических услуг можно выделить ряд характерных тенденций его развития:

- активные процессы глобализации логистических компаний за счет слияний, поглощений и консолидации их бизнеса;
- увеличение роли информационных технологий;
- формирование фирменных логистических сетей и международных центров логистики.

Один раз в два года проводится ранжирование 160 стран по индексу эффективности логистики (LPI), среди которых Беларусь занимает 99-е место (по результатам исследования 2014 г.) [1]. Исходя из этого можно отметить, что в Беларуси есть все предпосылки для того, чтобы стать активным участником международного логистического рынка. Среди них можно выделить выгодное расположение в центре Европейского континента; развитие логистической системы в рамках Государственной программы по созданию логистической системы до 2020 года; вступление в силу договора о создании Евразийского экономического союза.

В настоящее время в Республике Беларусь функционируют 34 логистических центра [2], 7 из них являются операторами 3PL-услуг. По экспертным оценкам, годовой потенциал рынка логистических услуг

Беларуси оценивается более чем в 1,5 млрд дол. США, в том числе по складским услугам — более 1,1 млрд дол. США. Однако на данном этапе существует ряд проблем, решению которых необходимо уделить особое внимание:

- несовершенство нормативно-правовой базы;
- снижение товарооборота;
- отсутствие качественной системы информирования;
- недостаточный объем инвестиций.

В данный момент находится в разработке проект по возрождению Великого Шелкового пути совместно с Российской Федерацией, Казахстаном и Китаем, в связи с чем в перспективе главный распределительный центр может сместиться на Польшу и Беларусь. Новый Великий Шелковый путь станет крупнейшим современным экономическим и торговым коридором с объемом производства более 20 трлн дол. США и охватом 65 стран. Для Беларуси это обеспечит стимулирование развития транспорта, транзитных возможностей, торговли, промышленности, технологий.

На основе данного анализа можно отметить, что Беларусь обладает хорошими возможностями для дальнейшего развития в сфере логистических услуг. При этом следует обращать внимание не только на совершенствование внутренних систем, но и на состояние и тенденции внешнего рынка.

Литература

1. The World Bank Group [Electronic resource] // Logistics Performance Index. — Mode of access: <http://lpi.worldbank.org/>. — Date of access: 03.04.2016.

2. Ассоциация международных экспедиторов и логистики [Электронный ресурс] // Центр повышения квалификации руководящих работников и специалистов «БАМЭ — Экспедитор». — Режим доступа: <http://www.baif.by/novosti/v-belarusi-deistvuyut-34-logisticheskikh-tsentra/>. — Дата доступа: 04.04.2016.

Т.В. Зайцева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г.А. Бондаренко

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА МОРОЖЕНОГО

Определяя тенденции развития мирового рынка мороженого, прежде всего стоит отметить его ежегодный рост: рынок впервые достиг 50 млрд дол. в 2014 г., превысив 48 млрд дол. в 2013 г. и 46 млрд дол. в 2011 г. В каждой стране темпы роста рынка определяются в ин-

дивидуальном порядке исходя из экономического развития, а также тенденций, преобладающих в обществе.

Лидирующую позицию по потреблению мороженого в мире из года в год занимают американцы с годовым потреблением около 20 л мороженого на человека в год. Этот показатель у стран Европы значительно ниже, однако он отличается стабильным ростом [1]. При этом тот же показатель в Беларуси остается достаточно низким — 3 л на человека в год (см. рисунок).



Культура потребления мороженого в Республике Беларусь сильно отличается от европейской; в Европе к мороженому относятся как к продукту в числе домашних покупок, что называется *take home*, также много мороженого потребляется в кафе, барах. В то время как в Беларуси только около 3 % мороженого продается в кафе, все остальное — это импульсный спрос [2].

Рынок мороженого в каждой стране отличен, имеет свою специфику. Рассматривая рынок Латвии, отмечается, что рынок мороженого всецело принадлежит компаниям Food Union, AS Rīgas piena kombināts, производящим мороженое под маркой Ekselence, которая, по оценочным данным, занимает 42 % рынка. В Российской Федерации ситуация совершенно другая, характеризуется большим количеством игроков на рынке. По данным Союза мороженщиков России, мороженое в России делают более 300 предприятий (хладокомбинаты, заводы молочной промышленности, независимые коммерческие фирмы) [3]. Что касается стран Европейского союза, то здесь лидирующую позицию занимает компания Unilever, с долей рынка 35 % в Польше, около 30 % во Франции.

Говоря о мировых тенденциях, следует отметить рост популярности тренда на здоровое питание и на производство *bio*-продуктов. Однако производство *bio*-продуктов — это процесс трудо- и затратно-

емкий, что создает ограничения при получении сертификата на производство.

Изучая рецептуру белорусского мороженого, можно прийти к выводу, что по качеству используемого сырья и материалов белорусское мороженое нисколько не уступает зарубежным аналогам. Основными его компонентами являются молоко коровье, молоко цельное сгущенное с сахаром, молоко сухое, сыворотка молочная, масло из коровьего молока, сахар-песок, ароматизатор пищевой, ванилин, вода питьевая. Также добавляется пищевая добавка Кремодан, состоящая из растительных камеделей — полисахаридов растительного происхождения. В составе европейского мороженого можно отметить такие добавки, как Е410 (получаемая из бобов рожкового дерева), Е412 (камедь гуара), а также Е471 (сходна по своим свойствам с Кремоданом).

Качество белорусской продукции в целом не уступает зарубежным аналогам, и при желании руководства расширить рынки сбыта в ближайшем будущем продукция белорусского производства сможет всецело заявить о себе на европейском рынке.

Литература

1. The Baltic course [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.baltic-course.com/rus/drugie_otrasli/?doc=76516. — Дата доступа: 15.02.2016.
2. Особенности потребления мороженого в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.b-info.by/news/882/index1.html>. — Дата доступа: 15.02.2016.
3. Обзор Российского рынка мороженого [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sanna-group.ru/uslugi/analitika/rynok-morozhenogo/>. — Дата доступа: 15.02.2016.

А.В. Захторенко
В.В. Ревягина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.В. Верниковская

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНОВЫМИ РИСКАМИ В ПРОЦЕССЕ ЗАКУПКИ

Мировые цены на сырьевые товары характеризуются цикличностью и волатильностью, что создает значительные ценовые риски для производителей и потребителей. В данной статье приводится классификация методов управления ценовыми рисками, описывается применение форвардных и фьючерсных контрактов для их хеджирования.

Существует ряд методов управления ценовыми рисками. Рассмотрим некоторые из них.

Лимитирование ценового риска подразумевает ограничение его негативного влияния. В закупочной деятельности данный метод выражается через установление пороговых значений цены в договорах на поставку. Риск повышения цены при этом присутствует, но его величина ограничена путем установления интервала отклонения контрактной цены от рыночной, в пределах которого цена не пересматривается.

Диверсификация при управлении ценовыми рисками реализуется путем подбора портфеля поставщиков МР одного вида так, чтобы в случае повышения цены на закупаемое сырье у одного источника была возможность оперативно воспользоваться другим. Также диверсификация ценовых рисков может быть реализована путем поиска источников взаимозаменяемого сырья.

Хеджирование ценовых рисков представляет собой разновидность страхования, т.е. операцию, которая предназначена снизить риск, возникший в результате других операций. Однако несмотря на проработанность методологии хеджирования, данный метод не находит в настоящее время большого интереса в нашей стране. Причины: низкий уровень развития культуры управления ценовыми рисками, отсутствие подходящих финансовых инструментов, высокие базисные риски, высокая стоимость хеджирования.

Альтернативой рассмотренным подходам является стратегия, основанная на заключении срочных сделок: форвардных и фьючерсных контрактов на поставку. Форвардный контракт — это соглашение между сторонами о будущей поставке базисного актива. Как правило, по форвардным контрактам ожидается физическая поставка товара, и оплата производится в назначенный день расчетов. Осуществление закупок на основе форвардных контрактов позволяет избежать необходимости создавать преждевременные, излишние товарные запасы, с одной стороны, с другой — предоставляет возможность страхования от увеличения цены на закупаемое сырье. Разновидностью форвардного контракта является фьючерсный контракт — производный финансовый инструмент, представляющий собой обязательство купить или продать определенное количество товара в будущем по цене, зафиксированной в контракте. Фьючерсные контракты используются в целях хеджирования реальных поставок сырья. Но в отличие от форвардного контракта он полностью стандартизирован.

В западных странах производные финансовые инструменты широко распространены. Результаты исследований компании PwC (PricewaterhouseCoopers) говорят о том, что в США около 35 % компаний используют хеджирование ценовых рисков при закупках сырья.

На белорусском рынке ситуация складывается следующим образом. Согласно данным ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» в 2014 г. проведено всего 22 сделки с суммарным оборотом 60,23 млрд руб. Примечательно, что все эти сделки были совершены в один день — 23 мая. Аналогичная ситуация наблюдалась и в 2015 г.:

11 марта было заключено 10 сделок на общую сумму 16,61 млрд руб. Есть предположение, что эти сделки проводятся в режиме обучения или банки осуществляют их в каких-то технических целях, но никак не для хеджирования.

В заключение отметим, что управление ценовыми рисками — это не инструмент, который позволяет увеличить прибыль. Главная задача — минимизация расходов и убытков.

Е.И. Кабачевская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.В. Разумова

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА В ГРУППЕ КОМПАНИЙ «КАФЕ ГАРАЖ»

В условиях жесткой конкурентной борьбы на рынке ресторанного бизнеса следует ответственно подходить не только к качеству предлагаемого продукта, но и к обслуживанию гостя. В сложившейся ситуации стоит рассмотреть применение внутреннего маркетинга в компаниях сферы обслуживания. Согласно модели Кристиана Гренроса внутренний маркетинг нацелен на персонал фирмы, контактирующий с клиентами, и должен обеспечивать такие мотивационные и организационные условия труда, которые активно способствовали бы достижению необходимого качества обслуживания [1, с. 6].

Компания «Кафе Гараж» активно использует инструменты внутреннего маркетинга, уделяя особое внимание его следующим элементам: развитию внутренней корпоративной школы, корпоративным коммуникациям, стимулированию персонала.

Внутренняя корпоративная школа компании «Кафе Гараж» нацелена на мотивацию персонала и создание сильного штата сотрудников.

Для исследования уровня вовлеченности сотрудников использовалась методика компании Gallup. Согласно исследованию уровень вовлеченности сотрудников компании «Кафе Гараж» составляет 70,3 %. Это говорит о вовлеченности сотрудников в рабочий процесс компании, положительном отношении к своей работе и готовности работать дальше.

В то же время существуют проблемы и слабые стороны в реализации внутреннего маркетинга в компании: сложность в донесении информации до линейных сотрудников, отсутствие кадрового резерва, сложность в привлечении новых сотрудников.

Для развития внутреннего маркетинга в компании «Кафе Гараж» необходимо внедрять следующие элементы:

1) ведение корпоративной группы в социальных сетях «Работа в Кафе Гараж» решит проблему отсутствия HR-бренда. В группе необ-

ходимо публиковать образовательный и развлекательный контент, публично поздравлять кафе с днем рождения, размещать достижения и истории успеха сотрудников;

2) участие в ярмарках вакансий вузов и ссузов для создания положительного имиджа HR-бренда. Таким образом, можно в реальности увидеть необходимую целевую аудиторию и рассказать о преимуществах работы в компании;

3) проведение мастер-классов и обзорных лекций для студентов вузов и ссузов. Данный инструмент создаст имидж заботливого и перспективного работодателя, который готов научить и вырастить будущих специалистов.

4) проведение кофе-пауз каждый месяц, когда сотрудники могут пообщаться с руководством и советом директоров и задать все интересные вопросы. Данное мероприятие покажет открытость руководства компании и заинтересованность в каждом сотруднике.

Литература

1. Gronroos, C. From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards Paradigm Shift in Marketing / C. Gronroos // Management Decision. — 1994. — Vol. 32, No. 2. — P. 4–20.

А.П. Кропис
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Г.А. Щербич

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

Интернет является полезной площадкой для общения, поиска информации, обмена данными. Все это позволяет производителям товаров и услуг, используя функции Интернета, привлекать большее число потребителей, затрачивая при этом меньшее количество ресурсов. Однако Интернет постепенно заменяет многие товары, и, на наш взгляд, под наибольшим давлением оказалась полиграфическая индустрия, и особенно книги. Сейчас практически любая литература представлена в свободном доступе для скачивания в сети Интернет. В связи с этим население стало реже пользоваться печатными изданиями, что ставит в затруднительное положение многочисленные книжные магазины. Но можно ли в такой ситуации превратить Интернет из своего «противника» в «союзника»? Ответ на этот вопрос можно дать на примере интернет-магазина Oz.by. Это один из первых интернет-магазинов Беларуси по продаже книг и канцтоваров, настольных игр, товаров для дома и отдыха. Всего насчитывает более 170 тысяч позиций, а политика продвижения Oz.by

предусматривает использование множества инструментов интернет-маркетинга [1].

Одним из инструментов продвижения является поисковая оптимизация. При вводе в поисковой системе Яндекс словосочетания «Купить книги в Минске» сайт интернет-магазина Oz.by занимает 3-ю строчку. А статистика запросов wordstat.yandex.ru показывает, что со словом «книги Oz» регистрируется в среднем 515 показов в месяц [2]. В поисковой системе Google при вводе словосочетания «книжный магазин Минск» Oz.by занимает достойные 3-ю и 4-ю позиции, а при вводе общей фразы «книжный магазин» у Oz.by 5-ю строчка. Представленные сведения говорят о высокой эффективности SEO-маркетинга компании. Что касается медийной рекламы, то компания активно использует таргетинговую рекламу. На сайте информация о ваших предпочтениях фиксируется, и далее, при посещении уже других популярных сайтов, вы будете видеть рекламу Oz.by. Активно применяется и SMM-маркетинг. На сайте расположен форум, где абсолютно все посетители могут задать интересующий вопрос, оставить отзыв и обсудить прочитанные книги. Кроме этого, Oz.by ведет активную политику продвижения в социальной сети: Вконтакте, имеет свой канал на YouTube, аккаунт на Facebook, Foursquare и в Instagram. Компания Oz.by ведет прямую рассылку на электронную почту зарегистрировавшихся на сайте посетителей при условии согласия на рассылку. Опрос, проведенный автором, среди молодежи от 17 до 25 лет (выборка 120 человек), показал следующие результаты: 64,1 % респондентов предпочитают приобретать книги в интернет-магазине; 68,3 % желают покупать книги в Oz.by; 75 % довольны работой интернет-магазина Oz.by. Исходя из сказанного можно сделать вывод, что интернет-магазину Oz.by удалось достигнуть высоких показателей эффективности своей деятельности и несмотря на тенденцию замещения печатных книг электронными компания Oz.by все же удается успешно функционировать на рынке полиграфической индустрии, популяризировать печатные издания и прививать у молодого поколения любовь к чтению.

Литература

1. Oz.by — интернет-магазин. Книги, игры, развлечения [Электронный ресурс] // Официальный сайт интернет-магазина Oz.by. — Режим доступа: <https://www.oz.by>. — Дата доступа: 06.04.2016.

2. Статистика ключевых слов на Яндексе [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru>. — Дата доступа: 05.04.2016.

В.И. Курецкая

Е.С. Щит

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.А. Жук

НЕЙРОМАРКЕТИНГ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В современных условиях высокой конкуренции и насыщенности рынка необходимо не только отвечать запросам покупателя, но и выделяться среди конкурентов. Исходя из этого маркетологам все чаще приходится прибегать к новейшим достижениям в области нейромаркетинга, воздействуя на все 5 органов чувств — зрение, слух, обоняние, осязание и вкус [1, с. 328].

Согласно результатам исследований на обонянии основано около 70 % эмоций человека. Благодаря ароматизации торговых залов можно увеличить посещаемость покупателей, продлить время их нахождения в торговой точке, побудить клиента к импульсивным покупкам или облегчить процесс его ожидания в очереди.

Музыка также способна оказать влияние на поведение покупателя. В первую очередь имеют значение громкость и темп. Было установлено, что быстрая музыка вынуждает покупателей двигаться быстрее вдоль рядов, а медленная соответственно способствует увеличению времени и расходов.

Особое место при формировании предпочтений потребителя занимает осязание. Оно помогает оценивать такие параметры, как размеры, форма, температура, свойства поверхности, степень влажности и т.п. И если какой-то из этих параметров доставляет посетителю дискомфорт, то покупка, скорее всего, не состоится. Так, почти 50 % опрошенных респондентов-автолюбителей утверждают, что ощущения, возникающие от прикосновений к рулю, имеют для них большое значение.

Способность различать вкусы играет не последнюю роль в жизни человека, хотя это и самое слабое из пяти чувств. Однако необычные сочетания вкусов или оригинальная текстура привычного продукта действительно могут привлечь дополнительных клиентов [2, с. 247–249].

Ни для кого не секрет, что большую часть информации мы получаем именно через зрение. Достоверно установлено, что каждый цвет вызывает подсознательные ассоциации и эмоции. Например, белый ассоциируется у большого количества людей со свежестью и чистотой, а красный цвет означает активность, страсть и энергию. Его используют такие известные компании, как Lego, Coca-Cola, YouTube, Lays и многие другие [3].

Таким образом, нейромаркетинг позволяет лучше понять потребителей, повлиять на их поведение в целом, а также получить результаты, которые остаются скрытыми при использовании стандартных опросов или маркетинговых исследований. Многие западные страны

уже давно применяют методы нейропсихологии как альтернативу классическому маркетингу, что не скажешь о Республике Беларусь. Для нашей страны это направление остается по-прежнему новым.

Литература

1. Гашенина, А. И. Обзор современных технологий нейромаркетинга и их практическое применение / А. И. Гашенина // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2015. — № 5. — С. 328–333.
2. Гончаров, П. А. Сенсорный брендинг: виды, приемы, решения / П. А. Гончаров, Д. Д. Басов // Бренд-менеджмент. — 2012. — № 6. — С. 247–249.
3. Психология цвета в маркетинге: цветовая психология: полный гид для маркетологов [Электронный ресурс]. — М. : Сморозов С. С., 2015.

В.В. Медунецкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.Н. Анохина

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ ОАО «СВІТАНАК» И ОЦЕНКА ЕГО РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ

Маркетинговые исследования потребителей продукции являются одним из наиболее востребованных видов исследований. От того, насколько много мы знаем о потребителе, его предпочтениях и мнении о товаре, зависит и эффективность деятельности предприятия в целом. Вовремя отреагировать на изменения во внешней среде и подстроиться под спрос покупателя является главной задачей руководства при ведении политики в области маркетинга [1, с. 34].

Существует не так много исследований покупателей продукции легкой промышленности Республики Беларусь, позволяющих более четко отразить нынешнюю ситуацию на данном рынке, а также показать значимость, в первую очередь финансовую, проведения таких исследований на предприятиях [2, с. 16].

В связи с этим отношения, складывающиеся в ходе проведения маркетинговых исследований, внедрения их результатов для обоснования повышения конкурентоспособности продукции ОАО «Світанак», представляют собой актуальный предмет исследования.

Открытое акционерное общество «Світанак» является одним из крупнейших в Республике Беларусь предприятий трикотажной отрасли легкой промышленности, производящим бельевой трикотажем, а также верхние трикотажные изделия для детей и взрослых [3, с. 1].

Для проведения маркетингового исследования с помощью АВС-анализа была выбрана ассортиментная группа «Белье детское», при-

носящая до 80 % дохода предприятию. Таким образом, цель исследования — выявить оценки потребителями основных характеристик ассортиментной группы «Белье детское», собрать информацию, сделать выводы, на основании которых руководство ОАО «Світанак» могло бы решить проблемы предприятия, связанные со сбытом продукции, а также оценить результативность проведения маркетинговых исследований для ОАО «Світанак».

Использовалось количественное исследование. Метод сбора информации — первичный опрос. Форма коммуникации с респондентами: онлайн опрос через социальные сети. В качестве значения вероятности было выбрано 95 %, заданная точность для обеспечения репрезентативности результатов определена на уровне 5 %.

Таким образом, с помощью социальных сетей было опрошено 384 респондента. Анкета состояла из 11 вопросов, включающих оценку по 10-балльной шкале таких параметров продукции «Світанак», как известность бренда, форма и крой, отделка, цветовое решение, разнообразие моделей, цена, состав полотна, качество обработки швов. Обработка информации, полученной в ходе исследования, осуществлялась при помощи пакета SPSS Statistics.

В результате проведенного одномерного статистического анализа маркетинговой информации получены следующие результаты: основными покупателями продукции являются женщины в возрасте 26–30 лет, молодые мамы, по своему статусу обычные рабочие или служащие. Сильными сторонами продукции ОАО «Світанак» являются «известность бренда», «цветовое решение моделей» и «цена продукции», а слабыми — «качество», «дизайн», «разнообразие моделей», которые, несомненно, снижают уровень конкурентоспособности продукции предприятия и тем самым финансовый результат деятельности предприятия.

Анализ, осуществляемый в ходе проведения маркетингового исследования, позволяет принять адекватные сложившимся рыночным условиям управленческие решения [4, с. 24]. Таким образом, исходя из результатов маркетингового исследования покупателей продукции, руководству ОАО «Світанак» важно осуществить мероприятия по повышению качества и улучшению комплексных показателей качества выпускаемой продукции, совершенствованию дизайна продукции предприятия, а также расширению ассортимента.

После внедрения рекомендаций отслеживаются изменения в реализации продукции. Результативность маркетинговых исследований продукции организации показывает, были ли достигнуты в ходе проведения маркетинговых исследований, поставленные цели и, как следствие, был ли получен экономический результат.

Для оценки влияния результатов маркетинговых исследования необходимы данные о затратах на маркетинговые исследования за определенный период и данные о финансово-экономических показателях за тот же период.

Взаимосвязь результатов маркетинговых исследований и показателей деятельности предприятия можно попытаться отразить при помощи использования корреляционного анализа. Его сущность состоит в определении направления и силы связи между выбранными переменными.

Таким образом, была прослежена динамика затрат за 2012–2015 гг. на все проводимые в течение этого периода исследования, а также динамика основных финансово-экономических показателей деятельности ОАО «Світана» за аналогичный период.

В результате корреляционного анализа было построено корреляционное поле зависимости прибыли от реализации товаров от затрат на маркетинговые исследования, а также зависимости рентабельности продаж от этих затрат. На основе показателей за 4 последних года получается следующий результат: изменение как прибыли от реализации, так и рентабельности продаж на 80 % объясняется изменением затрат на маркетинговые исследования.

В результате корреляционного анализа получен коэффициент корреляции прибыли от реализации товаров и общей суммы затрат на маркетинговые исследования. Связи между прибылью и величиной затрат на маркетинговые исследования предприятия, а также между рентабельностью продаж и затратами на исследования достаточно сильные, и, следовательно, можно подтвердить результативность проведения маркетинговых исследований.

Итак, маркетинговое исследование покупателей продукции ОАО «Світана» позволило построить портрет потребителя, понять отношение покупателя к основным характеристикам продукции, выявить сильные и слабые стороны изделий, разработать на их основе рекомендации для предприятия. Попытка проведения корреляционного анализа позволила доказать важность маркетингового исследования и результат, которого может достичь предприятие посредством проведения такого исследования. По итогам проведения корреляционного анализа затрат на маркетинговые исследования ОАО «Світана» и прибыли от реализации продукции предприятия коэффициент корреляции показал, что связь между данными показателями сильная, также как и между затратами на исследования и рентабельностью продаж. Это подтверждает высокую результативность проведения маркетинговых исследований и необходимость их проведения для более успешной деятельности предприятий.

Литература

1. Голубков, Е. П. Изучение и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. — 1999. — № 2. — С. 27–43.
2. Шкардун, В. Д. Комплексный метод оценки конкурентоспособности нового товара: на примере кондиционеров / В. Д. Шкардун // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2001. — № 4. — С. 15–25.

3. Программа действий концерна «Беллегпром» по импортозамещению в 2009 году [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.bellegprom.by/export_import/. — Дата доступа: 09.03.2016.

4. Волков, С. К. Методы маркетинговых исследований на рынке туристических услуг / С. К. Волков // Маркетинг в России и за рубежом. — 2015. — № 5 (109). — С. 24–25.

**А.Г. Микула
Е.Д. Короткевич
БГЭУ (Минск)**

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.Н. Лешко

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ЗА РУБЕЖОМ

Актуальность экологических проблем в последние десятилетия не вызывает никаких сомнений не только в среде ученых, но уже и у бизнесменов, политиков, населения в целом. Экологические проблемы самого разного уровня регулярно освещаются СМИ, в Интернете им посвящены тысячи блогов, некоммерческих сайтов, форумов. Это показывает вовлеченность всех социальных групп в решение экологических проблем.

Экологический маркетинг — деятельность компании по удовлетворению интересов потребителей путем продвижения товаров и услуг, наносящих минимальный вред окружающей среде на всех стадиях жизненного цикла.

Одним из способов вычисления экопродукта является экомаркировка. По данным независимых экспертов, наличие экомаркировки увеличивает стоимость товара минимум на 30 %, а ее отсутствие ведет к значительному снижению цены.

Вместо набора цифр и химических формул придумали маленький лаконичный символ. Впервые он появился в Германии и получил название «Голубой ангел» [1, с. 4].

Общепризнанное стремление фирм к росту прибыли приводит к глобальному снижению качества товаров. Но есть крупный сегмент потребителей, которые устали от погони фирм за снижением себестоимости и готовы платить за качество и натуральность товаров. Так сформировался новый тренд «эко-общество» и экологическое отношение к ведению бизнеса.

При этом тренд к экологичности потребления настолько силен, что в настоящее время компании, которые не становятся «зеленее», выпадают из конкурентной борьбы. О своей «экологичности» сегодня заявляют даже компании, товары которых не только не являются частью здорового образа жизни, но и, очевидно, вредны для здоровья.

Речь в данном случае идет о таких гигантах, как PepsiCo и The Coca-Cola Company, которые активно развивают программы по защите окружающей среды.

В качестве яркого примера экологической продукции можно привести органическую одежду Nike — линия одежды, произведенная из 100 % органического хлопка. Еще одним примером являются Эко Кары. Аналитики прогнозируют, что к 2020 г. на гибриды придется 13 % общего объема производства автомобилей. Ботинки Timberland: вы всегда можете вернуть их в магазин после пары лет носки с возможностью их полной переработки. Эковелосипеды (Sanyo, Yamaha) отличаются от обычного наличием электродвигателя; около 300 тысяч продается ежегодно в Японии, в Китае — 10 млн штук. Ярким примером компании, реализующей стратегию эко-маркетинга, является компания ИКЕА. Экоджинсы Levi's, сделанные из материала Waterless, на создание которого тратится в среднем на 28 % меньше воды, стали самым инновационным предложением [2].

Сегодня успешный бизнес не может оставаться в стороне от общего направления движения рынка в сторону экологизации, будь то экологичные товары, услуги, использование возобновимых источников энергии или снижение углеродного следа [3, с. 216].

Литература

1. Галечьян, Н. В чем выгода экологически благополучного имиджа компании / Н. Галечьян // Корпоративная имиджелогия. — 2008. — № 2. — С. 28.
2. Профессиональный ресурс [Электронный ресурс] / Проф. маркетинг. Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.marketing.by>. — Дата доступа: 05.03.2016.
3. Писарева, Е.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации: современные технологии, стратегии, инструментарий (теория и практика) : учеб. пособие / Е. В. Писарева. — М., 2014. — 282 с.

А.С. Мотуз
К.А. Коренько
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.Н. Лешко

ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТОВОГО МАРКЕТИНГА

Цвет обладает огромной властью над человеческими эмоциями, над нашим восприятием окружающего мира. Когда глаза замечают определенный цвет, они сообщают об этом области мозга, называемой гипоталамус, который в свою очередь передает сигнал гипофизу — центральному органу эндокринной системы, а затем — щитовидной

железе. Она начинает вырабатывать гормоны, вызывающие изменения эмоционального фона нервной системы человека, и как результат — перемены настроения и поведения.

Использование цветов в маркетинге основано на следующей психофизиологической особенности восприятия человеком окружающего мира — 80 % всей информации люди получают именно через зрение.

В маркетинге и без того доминирующая роль визуального восприятия еще более возрастает: 92,6 % покупателей принимают решение о закрытии сделки, руководствуясь зрительным впечатлением; 5,6 % решаются заплатить требуемую цену после получения осязательных ощущений от товара и лишь 0,9 % потребителей к покупке мотивирует информация, полученная через слух [1].

С точки зрения маркетинга потребители оценивают цвет по следующим критериям: уместность, эстетика, значение [2].

Цвет имеет уникальную способность привлекать определенный тип покупателей и изменять их поведение:

- оранжевый: агрессивный; создает призыв к действию: покупать, регистрироваться или продавать;
- розовый: романтический и женственный; используется для продвижения товаров для женщин и молодых девушек;
- желтый: оптимистичный и молодежный; обычно используется для привлечения внимания к витрине;
- красный: цвет энергии; усиливает пульс, часто используется для тотальных распродаж;
- синий: имеет поразительный эффект доверительности и безопасности; обычно используется для банков и бизнесов;
- зеленый: ассоциируется с состоятельностью; приятный для глаз, используется для расслабления [3].

Проведенный нами опрос среди студентов БГЭУ показал, что каждый из цветов ассоциируется с определенным брендом (см. таблицу).

Ассоциации «Цвет—бренд»

Красный	Coca-cola
Желтый	Velcom
Оранжевый	Fanta
Зеленый	Starbucks
Розовый	Детская косметика «Принцесса»
Синий	Вконтакте

Ни у одного цвета нет общепринятого ассоциативного значения, нет постоянной, научно подтвержденной связи с определенной эмоцией. Все чувства, вызываемые цветом у зрителя, сугубо персональные, связанные с личным опытом и паттернами восприятия, определяемыми социальной и гендерной идентификацией индивида, уровнем образования, религиозной принадлежностью да и просто настроением.

ем в данный момент. Все эти факторы влияют друг на друга самым неожиданным образом.

Литература

1. Технологии привлечения клиентов: психология цветового интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. — Электрон., текстовые дан. и прогр. (9 Мб). — М. : Кабалкин А. В., 2016.
2. Психология цвета в маркетинге: цветовая психология: полный гид для маркетологов [Электронный ресурс]. — Электрон., текстовые дан. и прогр. (12 Мб). — М. : Сморозов С. С., 2015.
3. Технологии привлечения клиентов: влияние цвета на покупательскую активность [Электронный ресурс]. — Электрон., текстовые дан. и прогр. (11 Мб). — М. : Кабалкин А. В., 2016.

Е.Е. Путинцева
Т.Е. Путинцева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.А. Гуртовой

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ В ПОИСКОВЫХ МАШИНАХ

В рамках конференции было проведено маркетинговое исследование, целью которого было определение эффективности использования контекстной рекламы и SEO-продвижения.

Методология исследования: для сбора и анализа первичной информации был разработан и проведен опрос пользователей сети Интернет. Выборка определялась по формуле простой бесповторной выборки при неизвестном объеме генеральной совокупности и составила 385 человек. Доверительный интервал принимался равным 95 %, ошибка ± 5 %. По результатам исследования было опрошено 455 человек, что уменьшило ошибку выборки до 4,59 %.

Для анализа, выявления групп пользователей и их характерных особенностей были введены 2 новых показателя:

- показатель рациональности поведения потребителя, который определяет, способен ли респондент выбрать ссылку, наиболее точно подходящую под его запрос. Показатель принимает значения от 0 до 100 %, чем больше его значение, тем рациональнее поведение группы респондентов;

- показатель лояльности к рекламе. Введенный показатель выражен в процентах, чем ближе значение к 100 %, тем лояльнее потребители относятся к рекламным ссылкам.

Результаты исследования:

- с возрастом рациональность пользователей увеличивается. Самой нерациональной группой являются люди в возрасте от 19 до 26 лет. Показатель лояльности к рекламе также увеличивается с возрастом;

- респонденты, которые каким-либо образом связаны с on-line рекламой, ведут себя менее рационально и менее лояльно;

- респонденты, обладающие средним опытом работы в Интернете, наиболее рациональны, а с увеличением опыта работы в Интернете лояльность пользователей к рекламе уменьшается.

Если разделить всех пользователей на тех, кто может выбрать рекламу и кто никогда этого не сделает, основываясь на личной модели поведения, то получим следующие результаты: потенциальные потребители рекламы составляют 58 % и противники рекламы — 42 %.

Выводы:

- контекстная реклама эффективна — 58 % пользователей перейдут на рекламную ссылку при условии ее релевантности запросу;

- наиболее нелояльные к рекламе — это пользователи в возрасте от 19 до 25 лет, из чего следует, что для продвижения товаров или услуг выгоднее и целесообразнее использовать SEO-продвижение;

- стоит также учесть, что результаты SEO-продвижения характеризуются некоторой задержкой во времени (2–3 мес.). Следовательно, если стоит цель получить краткосрочный и быстрый эффект от продвижения, то разумным будет выбор контекстной рекламы, однако если требуется долгосрочный, медленный, но стабильный результат, то предпочтение следует отдать SEO.

Литература

Дисперсионный анализ [Электронный ресурс] // StatSoft. Электронный учебник по статистике. — Режим доступа: <http://www.statsoft.ru/home/textbook/modules/stanman.html>. — Дата доступа: 11.05.2016.

К.О. Страх
О.Р. Шейко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доцент И.М. Баско

АУТСОРСИНГ КАК ИННОВАЦИОННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Затянувшийся выход нашей экономики из кризиса сказывается на экономических результатах деятельности предприятий. Производители в очередной раз анализируют статьи затрат и ищут возможные пути их сокращения. Одним из инновационных путей экономии является аутсорсинг. Так и БЕЛАЗ — крупнейший производитель карьерной

техники — испытывает трудности в реализации своей продукции, и поэтому ему необходимо искать инновационное решение в своей сбытовой деятельности. За последние три года прослеживается динамика уменьшения объемов реализации через ТПС на 10,5 процентного пункта.

Такое снижение реализации через ТПС обусловлено, на наш взгляд, следующими причинами: колебание цен на основные сырьевые ресурсы, уменьшение прибыли крупнейших мировых добывающих компаний и сокращение инвестиционных программ. На фоне данных тенденций поставщики карьерной техники могут успешно развивать такой бизнес-процесс, как аутсорсинг, который поможет повысить их продажи.

В каждом конкретном случае аутсорсинг имеет свою специфику. Так, для ОАО БЕЛАЗ аутсорсинг — это фактическая продажа техники контрактору, который оказывает услуги по перевозке ресурсов горнодобывающим компаниям. В свою очередь эти компании платят фиксированную стоимость за каждую тонну перевезенной руды.

Более наглядно применение схемы аутсорсинга рассмотрим на примере выхода ОАО БЕЛАЗ на рынок Перу.

На рынке Перу присутствуют 3 фирмы-контрактора. Путем оценки данных фирм по критериям нами была выбрана компания SanMartin. Предположим, что ОАО БЕЛАЗ планирует поставить в Перу 2 единицы техники грузоподъемностью 130 т.

По расчету интегрального показателя конкурентоспособности продукции ОАО БЕЛАЗ занял первое место и обошел самых ярых конкурентов (Caterpillar, Hitachi). Кроме этого, заметим, что себестоимость перевезенной тонны ресурсов у ОАО БЕЛАЗ намного ниже, чем у конкурентов.

Таким образом, ОАО БЕЛАЗ в условиях кризиса может представить контрактору SanMartin наиболее конкурентное предложение как по цене, так и по стоимости эксплуатации. При этом само предприятие получает следующий эффект: выручка от реализации — 60 125,36 млн руб., прибыль от реализации — 12 847,8 млн руб., рентабельность продаж — 21,4 %.

Помимо экономического эффекта предприятие будет иметь возможность экономии денежных средств за счет того, что: не требуется строительство сервисного центра; предприятие не несет расходы по вводу в эксплуатацию; не требуется создание складских помещений для хранения запчастей; нет необходимости включать новых субъектов в ТПС.

Распределение рисков и расходов складывается таким образом, что наибольшую их часть берет на себя фирма-контрактор. ОАО БЕЛАЗ в случае реализации техники по схеме аутсорсинга несет меньшие риски и расходы и в то же время за счет него имеет возможность расширить рынок сбыта, увеличить присутствие на существующих рынках, повысить имидж.

Успеха на мировом рынке аутсорсинга ОАО БЕЛАЗ может достичь, завязав длительные взаимовыгодные отношения с ведущими

компаниями-контракторами. Именно они способны обеспечить горнодобывающим предприятиям бесперебойное прибыльное функционирование в условиях кризиса, а изготовителям карьерной техники — дополнительный спрос на выпускаемую продукцию.

Литература

Аникин, Б. А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций : учеб. пособие / Б. А. Аникин. — М. : ИНФРА-М, 2003. — 187 с.

Библиотека электронных ресурсов. Перекладываем работу на чужие плечи: договор аутсорсинга [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.delo-press.ru/articles.php?n=6664>. — Дата доступа: 23.03.2016.

В.С.Урбанович
Ю.О. Найдя
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О.И. Милевская

МАРКЕТИНГ УСЛУГ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ НА ПРИМЕРЕ КАФЕ CHILL OUT

Цель работы: выявить исходя из социально-экономической сущности маркетинга компоненты ресторанных услуг и рассмотреть процесс реализации маркетинга ресторанных услуг на примере кафе Chill Out.

Примененные методы:

- эмпирическое исследование: рассмотрен комплекс мер, предназначенных для привлечения целевой группы посетителей и отсеечения нежелательной публики;
- сравнение: выявлены главные задачи и направления в данном заведении по отношению к другим заведениям;
- восхождение от абстрактного к конкретному;
- анализ и синтез рыночной ситуации ресторанного бизнеса в Беларуси;
- опрос.

Промежуточные результаты:

- выявлены направления маркетинга и рекламы в кафе Chill Out;
- выявлен отдельный компонент маркетинга: музыкальное сопровождение. Посредством музыки можно моделировать настроение и внутреннее состояние гостей, причем в разные дни недели можно создавать разную атмосферу в кафе;
- рассмотрен комплекс мер маркетинга для привлечения целевой аудитории в заведение.

Основные результаты. Выбор маркетинговых стратегий в ресторанном бизнесе включает в себя знания рыночной ситуации, положительные и отрицательные стороны собственной тактики ведения бизнеса, что позволяет заведению быть конкурентным и успешным, получать большую выручку и привлекать новых клиентов на длительное время.

В ходе анализа эффективности маркетинговых разработок в ресторанном бизнесе были разработаны рекомендации по усовершенствованию маркетинговых стратегий в ресторанном бизнесе. Мы предлагаем для данного заведения следующее:

- реклама на телевидении и радио;
- рекламные баннеры должны быть размещены на дорогах и быть хорошо видимыми с любого ракурса;
- рассылка писем на электронную почту и на телефон посетителей, которые должны содержать прямое обращение к клиенту;
- создание Web-страницы для осуществления прямой и обратной связи с клиентами.

Вывод. Ресторанный бизнес — в первую очередь клиентский бизнес, и без понимания своей целевой аудитории, без тщательных маркетинговых исследований, без последовательного и системного продвижения можно легко пополнить ряды экс-рестораторов. Важно определить особенности маркетинга в сфере ресторанных услуг, которые заключаются как в его содержании, так и в формировании маркетингового комплекса.

В.В. Урупина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.А. Подобед

РАЗВИТИЕ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РЫНКЕ B2B

Информация сегодня — наиболее ценный и самый необходимый ресурс для эффективной коммерческой деятельности. Большое значение для транспортировки товаров имеют геоданные, которые входят в основу геоинформационных систем. Геоинформационная система (ГИС) — автоматизированная информационная система, предназначенная для сбора, хранения, обработки, доступа, отображения и распространения пространственно-временных данных, основой интеграции которых служит географическая информация. ГИС-технология объединяет два различных типа данных: пространственные данные определяют форму и местоположение объекта или явления, атрибутивные данные содержат дополнительные сведения о географическом объекте.

Маркетинговые исследования, основанные на ГИС-технологиях, получили название «геомаркетинговые исследования». ГИС позволяют объединить и проанализировать разнородные данные: инфраструктуру территории, информацию о партнерах и конкурентах, объемы продаж, местонахождение и перемещения клиентов, материалы исследований и т.д.

Технология геоинформационных систем проникает в сферу предпринимательства быстрее, чем в большинстве других областей их применения. Объемы продаж ГИС-продуктов для обеспечения бизнеса в последнее десятилетие увеличились в мире более чем в 30 раз и превысили 300 млн дол., при этом сегодня общемировой объем продаж в области ГИС оценивается в 2 млрд дол. в год.

Главное преимущество ГИС перед другими информационными технологиями заключено в наборе средств создания и объединения баз данных с возможностями их географического анализа и наглядной визуализации в виде различных карт, графиков, диаграмм, прямой привязке друг к другу всех атрибутивных и графических данных. ГИС позволяет отображать и анализировать бизнес-информацию новыми методами, выявлять скрытые ранее взаимосвязи, примеры и тренды.

В настоящее время в мире насчитывается большое количество как коммерческих, так и свободно распространяемых ГИС-платформ: ArcGIS, AutoCAD Map, Bentley Map, Intergraph, MapInfo и т.д. Геоинформационные технологии уже массово применяются. Об этом говорит, во-первых, оснащение GIS-модулями широко распространенных офисных пакетов (Excel, Lotus 1-2-3, CorelDRAW); во-вторых, появление в новых моделях ноутбуков в стандартной конфигурации приемников GPS (например, фирма DELL). Таким образом, данные технологии становятся все более доступными для широких масс.

ГИС способны минимизировать затраты в различных отраслях: экономике, логистике, маркетинге, сельском хозяйстве, инженерных коммуникациях и т.д.

Сельское хозяйство занимает важное место в структуре национальной экономики Республики Беларусь. Но для его успешного развития требуются дополнительные средства. GPS-технологии способны решить ряд проблем. Во-первых, это «точное земледелие». Разные участки поля имеют разные характеристики, а следовательно, для них нужно разное количество удобрений и семян. Для сельскохозяйственных угодий составляются специальные карты, на основании которых затем бортовой компьютер сельскохозяйственной техники осуществляет регулировку количества вносимых в почву веществ или семян. Таким образом, экономятся посевной материал, удобрения, горючее.

Во-вторых, это системы параллельного вождения, которые с помощью подруливающих устройств осуществляют корректировку движения сельскохозяйственной техники по полю. Такие системы позволяют опять же улучшить качество обработки полей, повысить урожайность, снижают утомляемость механизаторов.

В транспортной сфере актуальным для нашей страны является контроль пробега и расхода топлива с помощью GPS-устройств. Они способны не только контролировать легальное перемещение транспорта, но и помочь владельцу найти свой автомобиль в случае угона. Общественный транспорт способен повысить качество предоставляемых услуг благодаря использованию приложений и программ на основе геоинформационных технологий.

Эффективность решения задач предприятия с помощью ГИС значительно повышается, этому способствуют растущие во всем мире, включая страны СНГ, доступность и достоверность исходных данных, а также постоянное появление на рынке все более мощных и одновременно вполне доступных по цене компьютеров и все более совершенных и дружелюбных по отношению к пользователю программных ГИС-продуктов.

Литература

Черемисина, Е. Н. Геоинформационные системы и технологии : учеб. пособие / Е. Н. Черемисина, А. А. Никитин. — М. : Изд-во ВНИИГеосистем, 2011. — 376 с.

ГеоСистемсПро [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://geosys.by/blog/item/9-gis-intro>. — Дата доступа: 02.04.2016.

Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-research/methods/gis.htm>. — Дата доступа: 05.04.2016.

Е.С. Фролова
БГТУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.Н. Андросик

УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ОСНОВЕ «ВОРОНКИ ПРОДАЖ»

Задача эффективного управления системой сбыта компании требует наличия у менеджмента качественных инструментов управления, позволяющих принимать взвешенные управленческие решения. Одним из таких инструментов является методология «воронки продаж». Термин «воронка» привлекает внимание факт снижения доли потенциальных клиентов, переходящих на следующий этап взаимодействия.

Работа продавцов подразумевает разбиение их деятельности на отдельные операции [1]. В модели «воронка продаж» бизнес-процесс условно делится на 5 этапов:

- 1) выявление клиентов;
- 2) квалификация;
- 3) презентация;

4) подписание договора;

5) отгрузка товара и послепродажное обслуживание [2].

На стадии выявления клиентов основная задача менеджера — выделить из множества клиентов (из собранной базы контактов) перспективных. Связь с потенциальными клиентами может осуществляться посредством «холодных звонков», с помощью рассылки по электронной и обычной почте, участия в выставках, семинарах, презентациях.

На следующей стадии перед менеджером стоит задача перевода ранее отобранных перспективных клиентов в разряд квалифицированных, т.е. необходимо получить как можно больше информации о клиентах, выявить их интересы.

Задача этапа «Презентация» — донести группе квалифицированных клиентов все выгоды предложения и преимущества перед конкурентами. На этой стадии продавцы используют демонстрационные мероприятия, презентации, переписку с клиентом.

Следующий этап означает перевод потенциального клиента в реального покупателя. Основные задачи этапа — снятие возражений, согласование и подписание договора.

После подписания договора наступает выполнение обязательств — поставка товаров/ предоставление услуг и их полная оплата [3].

Расчеты количества клиентов, приходящихся на каждый уровень «воронки продаж», позволяют получить информацию для планирования операционной деятельности и разработки стратегии сбытовой деятельности:

- сколько клиентов должно быть вовлечено на начальном этапе, чтобы в итоге было заключено нужное количество контрактов;
- сколько потенциальных клиентов отсеивается на каждой стадии и сколько из них переходит на следующий этап [4].

Таким образом, «воронка продаж» представляет собой модель процесса продаж, иллюстрирует этапы прохождения клиентов от стадии потенциальных до реальных. Инструмент помогает контролировать процесс сбытовой деятельности и управлять им.

Литература

1. Ребрик, С. Б. Профессиональные продажи: «золотые стандарты» управления и эффективных техник / С. Б. Ребрик. — М. : Эксмо, 2011. — 224 с.

2. Что такое воронка продаж [Электронный ресурс] // Компания Смарт Капитал Инвест. — Режим доступа: <http://smartcapital.com.ua/blog/sales-pipeline/>. — Дата доступа: 10.03.2016.

3. Шибанова, Н. Оптимизируем свою «воронку» [Электронный ресурс] / Н. Шибанова // Memo Sales. Маркетинг: планирование и анализ. — Режим доступа: <http://memosales.ru/planirovanie/analitika-prodazh-optimiziruem-svoyu-voronku/>. — Дата доступа: 10.03.2016.

4. The Funnel Principle: What Every Salesperson Must Know About Selling Hardcover — February 1, 2008.

СЕКЦИЯ 8

ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е.В. Анискович
К.А. Кривицкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О.Г. Довыдова

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАШИНОСТРОЕНИЯ: ПРОБЛЕМА И ПЕРСПЕКТИВЫ СНИЖЕНИЯ СКЛАДСКИХ ЗАПАСОВ

Одной из наиболее актуальных проблем предприятий машиностроения Республики Беларусь на сегодняшний день является проблема наличия больших складских запасов готовой продукции, так как это неэффективное отвлечение оборотных средств, что в результате негативно сказывается на финансовом состоянии предприятий и экономики Республики Беларусь.

Цель исследования: изучить проблему запасов готовой продукции на предприятиях машиностроительной отрасли Республики Беларусь, выявить причины возникновения и обосновать перспективы решения данной проблемы.

В 2015 г. отрасль машиностроения находилась в состоянии рецессии: было произведено продукции машиностроения на сумму 5,11 млрд дол. США, что на 37,2 % меньше по отношению к уровню 2014 г. В этом же году доля в общем объеме промышленного производства составила 13,03 % (–1,46 п. п. по отношению к 2014 г.) [1].

Динамика изменения складских запасов в машиностроении на 1 января за 2013–2016 гг. в млрд дол. США: 2013 г. — 0,94; 2014 г. — 1,18; 2015 г. — 1,11; 2016 г. — 0,66. Снижение стоимости запасов в долларах США связано с девальвацией национальной валюты. Также, кроме того, что снижаются запасы, снижается и объем производства, следовательно, и запасы образуются меньше и быстрее снижаются за счет того, что меньше прирастают.

Запасы готовой продукции на складах машиностроительных предприятий по состоянию на 1 марта 2016 г. составили 13 188 млрд бел. руб. и увеличились с начала года на 999,5 млрд бел. руб., или на 7,8 %. Удельный вес запасов в объеме производства машиностроения за январь–март 2016 г.: производство вычислительной, электронной и оптической аппаратуры — 37,3 %; производство электрооборудования — 27,3 %; производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки, — 91,3 % [2].

Динамика показателей экономической эффективности деятельности машиностроительных предприятий Республики Беларусь за

2011–2014 гг.: средняя рентабельность продаж в машиностроительной отрасли: 2011 г. — 19,5 %; 2012 г. — 12,7 %; 2013 г. — 8,5 %; 2014 г. — 4,8 %. Это свидетельствует о снижении эффективности функционирования предприятий. Коэффициент текущей ликвидности в машиностроительной отрасли: 2011 г. — 2,34; 2012 г. — 1,63; 2013 г. — 1,53; 2014 г. — 1,33. Как видно, коэффициент текущей ликвидности находится в пределах от 1,33 до 1,63 за 2012–2014 гг., что свидетельствует о низкой платежеспособности предприятий.

К основным причинам затоваренности складов предприятий машиностроения Республики Беларусь относятся: значительный физический и моральный износ оборудования; падение внешнего спроса на белорусскую продукцию; неконкурентоспособность продукции; ухудшение экономической ситуации в соседних странах-партнерах; неудачные попытки диверсификации зарубежных рынков.

Пути решения проблемы затоваренности складов предприятий машиностроения следующие: комплексная модернизация; производство инновационной продукции; стимулирование внутреннего спроса на покупку товаров; расширение рынка сбыта в страны дальнего зарубежья; внедрение современных инновационных маркетинговых технологий; корректировка производства с учетом потребностей отечественного и зарубежного рынка.

Использование современных методов борьбы с данной проблемой может позитивно сказаться на финансовом состоянии предприятий.

Литература

1. Юнитер. Машиностроение [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.uniter.by/upload/Machinebuilding.pdf>. — Дата доступа: 13.05.2016.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. — Дата доступа: 13.05.2016.

Д.Д. Барткевич
К.Г. Черный
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.Н. Зенько

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА ПО ПРОИЗВОДСТВУ СТЕКЛОЧЕРЕПИЦЫ

Одной из наиболее актуальных проблем промышленных предприятий Республики Беларусь на сегодняшний день является проблема низкой конкурентоспособности, что в результате негативно сказыва-

ется на финансовом состоянии предприятий и экономики Республики Беларусь в целом.

Инновационный проект по производству стеклочерепицы планируется реализовать на базе предприятия ОАО «Гомельстекло».

Проект направлен на решение следующих задач:

1. Переработка и использование вторичного сырья в процессе производства.

2. Экономия энергетических ресурсов и их дальнейшее рациональное использование.

Инновационная составляющая стеклочерепицы заключается в особой технологии ее производства, базирующейся на использовании вторичного сырья (стеклобой). Помимо этого, при использовании специальной технологии укладки кровельного покрытия стеклочерепица будет обладать способностью аккумулировать солнечную энергию, дальнейшее применение которой возможно для обогрева воды и энергопотребления. Аналогов по производству данной продукции в стране не существует.

В отличие от обычной, глиняной, черепицы новый вид кровельного материала абсолютно прозрачен, но вместе с тем является ударопрочным (при производстве применяется технология триплекс). Кроме того, период эксплуатации стеклочерепицы гораздо больше, чем у той, которая сделана из других материалов, а также размер и форма стеклянной черепицы подобраны так, что она легко стыкуется с керамической черепицей и может использоваться на крыше частично.

Дополнительной особенностью подобного покрытия является то, что зимой на такой крыше никогда не будет собираться снег, так как за день она будет накапливать столько тепла, что даже ночью ее поверхность останется теплой.

Стеклочерепица является экспортоориентированной продукцией. Основными рынками сбыта могут стать страны ЕС, регионы Российской Федерации, другие страны СНГ.

Затраты по проекту составят всего (без НДС) 1976,15 млн руб., в том числе:

- собственные средства предприятия — 335,9 млн руб.;
 - заемные средства — 1640,25 млн руб.
- Экономические показатели эффективности реализации проекта:
- NPV — 739,1177241 млн руб.;
 - PI — 1,281542522;
 - срок окупаемости — 2,4 года.

Существующие риски проекта и пути их нивелирования:

- технологические риски (при поставке новой производственной линии все технологии, используемые в комплексе, проверены и гарантированы, общий состав оборудования не является уникальным — риск потери времени и усилий с целью сбалансирования и оптимизации работы комплекса практически сведен к нулю);

- риски сырьевого дефицита (производство данной продукции прежде всего базируется на использовании переработанных вторичных материалов, поэтому риск отсутствует);

- риск при продажах (достаточно велик, так как стеклянная черепица — новый продукт, но при соответствующих рекламных мероприятиях будет уменьшаться).

Инвестиционный проект по производству стеклочерепицы является эффективным и направлен на переработку вторичного сырья, экономию энергетических ресурсов и увеличение ассортимента на ОАО «Гомельстекло», вследствие чего финансовое состояние предприятия и экономики региона может значительно улучшиться.

Литература

Гомельстекло [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gomelglass.by>. — Дата доступа: 27.04.2016.

В.А. Бартош
Е.П. Слабодник
БФ БГЭУ (Бобруйск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.А. Ермакова

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНФОРМАТИКА И РЫНОК ТРУДА В ИТ-ОТРАСЛИ

Широкое применение информационных технологий во всех областях жизнедеятельности человека существенно влияет на мировое развитие, создает важные предпосылки для крупных экономических и социальных преобразований, ведет к формированию передового общества.

Востребованность ИТ и телекоммуникаций в современном обществе и их активное развитие порождают спрос на квалифицированных специалистов.

В данный момент российская и белорусская экономики испытывают дефицит высококвалифицированных ИТ-кадров. Потребность в них уже несколько лет превышает возможности выпуска профильных образовательных учреждений, «перетягивая» кадры из других отраслей экономики.

Ключевыми критериями при оценке ИТ-рынка являются заработная плата и ставки специалистов.

Уровень заработной платы в Беларуси в секторе ИТ превышает средний уровень зарплат в стране в 3–4 раза. Тем не менее в сравнении со многими государствами — экспортерами ИТ-услуг заработная плата белорусских ИТ-специалистов является довольно низкой.

Информатика играет важную роль в экономической науке, что привело к выделению отдельного направления развития — экономическая информатика.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования экономическая информатика — специальность, предметной областью которой является использование информационных технологий в экономической, управленческой деятельности в организациях различных форм собственности.

Актуальность данной специальности заключается в следующем: это одна из самых перспективных и востребованных специальностей. К тому же данная специальность является универсальной. Специалист «экономист-информатик» может работать и в области информатики, и в области экономики.

В данной специальности можно отметить ряд плюсов. Это востребованность на рынке труда, перспективы, высокая заработная плата и другое. Среди недостатков данной специальности следует выделить, что эта профессия требует огромной концентрации внимания, терпения, длительной работы за компьютером, что представляет угрозу для зрения и осанки.

В связи со стремительным ростом Парка высоких технологий экономисты-информатики пользуются высоким спросом в фирмах оффшорного программирования. Значителен спрос на экономистов-информатиков и со стороны банков, средних и крупных фирм с высоким уровнем информатизации бизнес-процессов. В Белоруссии достаточно вузов и лабораторий, которые готовят таких широкопрофильных специалистов.

Логическим продолжением подготовки в области экономической информатики являются специальности магистратуры «Математические и инструментальные методы экономики», «Менеджмент информационных технологий». Для получения дополнительных навыков, знаний можно пройти обучение на специальных курсах.

Таким образом, учитывая главную угрозу, стоящую перед ИТ-отраслью, — острый кадровый дефицит — государство реализует комплекс мер, позволяющих увеличить количество специалистов в области информационных технологий на рынке труда и повысить качество их подготовки.

Литература

Востребованность профессий [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.kp.ru/guide/vostrebovannost.html. — Дата доступа: 04.02.2016.

Кадровая политика в ИТ-подразделениях организаций [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.cfin.ru/management/people/dev_val.shtml. — Дата доступа: 04.02.2016.

А.И. Василевская

Е.М. Худина

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Ю.М. Зенович

АУТСТАФФИНГ КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Цель работы — показать возможность и эффективность внедрения аутстаффинга на предприятии реального сектора экономики.

В новых экономических условиях предприятиям необходимо найти способы сокращения издержек на ведение бизнеса. Экономить только на ресурсах недостаточно, так как основная доля расходов приходится на оплату труда работников предприятия. Такая ситуация заставляет менеджеров искать различные методы сокращения штатного персонала, сокращая расходы на оплату труда.

В мировой практике одним из наиболее оптимальных методов минимизации затрат и численности персонала при одновременном повышении эффективности служит аутстаффинг.

Основная цель аутстаффинговых услуг — это решение вопросов, связанных с оптимизацией штатного расписания и распределением бюджета предприятия. К услугам аутстаффинга обращаются компании различных сфер деятельности: производственные, банки, сферы услуг, торговые компании. Также аутстаффинг удобен для компаний, которым работники нужны для выполнения краткосрочных проектов.

ООО «Афарбавана» является перспективной конкурирующей организацией на современном белорусском рынке.

Для сокращения расходов на оплату труда предлагается отказ от таких профессий, как главный бухгалтер, бухгалтер, специалист по кадрам, юрист.

Планируя заработную плату в ООО «Афарбавана» на 2017 г. (с учетом инфляции), учитываем дополнительные затраты:

1. Материальная помощь всем сотрудникам в размере 10 000 000 руб.

2. Посещение главным бухгалтером двухнедельных курсов по повышению квалификации стоимостью 2 300 000 руб.

3. Посещение специалистом по кадрам трехдневного семинара на тему «Организация оплаты и нормирования труда на предприятии» стоимостью 790 000 руб.

Произведем расчет планируемого фонда заработной платы организации:

$$\Phi ЗП_{2017} = ЗП_1 + ЗП_2 + ЗП_3 + ЗП_4 + \text{Дополнительные затраты},$$

где $ЗП_1$ — заработная плата главного бухгалтера, руб.; $ЗП_2$ — заработная плата бухгалтера, руб.; $ЗП_3$ — заработная плата специалиста по кадрам, руб.; $ЗП_4$ — заработная плата юриста, руб.

$$\text{ФЗП}_{2017} = 364\,019\,566 \text{ руб.}$$

Для того чтобы рассчитать экономию на оплату труда при использовании аутстаффинга в ООО «Афарбавана», необходимо произвести расчет затрат на данную услугу за год

$$\text{ФЗП}_{2017} = 12 \cdot 8\,580\,000 = 102\,960\,000 \text{ руб.}$$

Таким образом, при обращении в аутстаффинговую компанию расходы на оплату труда сократятся на 261 059 566 руб., или на 71,72 %.

Аутстаффинг, или вывод части сотрудников из штата организации в штат компании-аутстаффера, в современных условиях предоставляет много возможностей для бизнеса, экономики и общества без увеличения штата сотрудников организации, налоговых и иных обязательных отчислений в бюджет и не усложняет работу кадровой службы и отдела по работе с персоналом.

Литература

Аникин, Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента : учеб. пособие / Б. А. Аникин, И. Л. Рудая. — М. : ИНФРА-М, 2011.

Национальный союз кадровиков [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=11690>. — Дата доступа: 23.03.2016.

Сафарова, Е. Ю. Аутстаффинг, аутсорсинг, лизинг персонала. Новые технологии бизнеса. Простыми словами о сложных материях / Е. Ю. Сафарова. — М. : Эксмо, 2010.

М.А. Ефимович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О.Г. Довыдова

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ

Эффективное управление персоналом — одна из главных проблем экономики организации. Методы управления — это способы осуществления управленческих воздействий на персонал для достижения целей управления организацией [1].

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 [2].

Автором проведено исследование в форме анкетирования и выявлены наиболее важные причины, из-за которых работники готовы уволиться. Результаты показали, что низкая зарплата, некомпетент-

ность руководителей, маленькие премии и социальные пакеты оказывают большое влияние на решение работника об увольнении.

По результатам исследования, проведенного на промышленных предприятиях г. Минска, наиболее эффективными методами стимулирования труда, по мнению самих работников, оказались внедрение систем бонусов и надбавок, возможность карьерного роста, поощрение инициативы, сдельно-премиальная система оплаты труда.

К примерам эффективного материального стимулирования можно отнести предоставление лучшим работникам Дворца Республики в Минске абонементов в бассейн, тренажерный зал, фитнес-центры.

Стимулирование инноваций можно отнести к новым методам материального стимулирования. Так, например, IBM, ЗАО «МТБанк» поощряют рационализаторские предложения, которые находят применение.

Оплата за квалификацию. Суть этой системы в том, что уровень оплаты зависит не только от сложности выполняемой работы, но и от набора специальностей, которые работник способен использовать в своей трудовой деятельности [3].

В организациях также используют следующие методы нематериального стимулирования: развитие системы управления конфликтами, формирование и развитие организационной культуры, построение эффективных систем обратной связи, распространение среди сотрудников эффективных систем оценки деятельности, внимательное отношение к проблемам, интеграция сотрудников в коллектив, тимбилдинг.

Возможность обратной связи как метод нематериальной мотивации сотрудников основан на том, что работникам приятно, когда их слышат и слушают.

На примере Уолта Диснея, который переименовал некоторые подразделения в своих парках развлечений, видно, что престижное название отдела также может повлиять на привлекательность работы в данном отделе в глазах работников.

Эффективность приведенных методов доказана опытом зарубежных и отечественных организаций. Стимулирование персонала — важная составляющая управления. Оно помогает увеличить прибыль, сделать организацию более привлекательной для работников, а также сформировать дружественную атмосферу в коллективе.

Литература

1. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] / Информационно-методический интернет-ресурс. — Режим доступа: <http://www.aup.ru> — Дата доступа: 15.04.2016.

2. Беляцкий, Н. П. Управление человеческими ресурсами : учеб. пособие для слушателей МВА / Н. П. Беляцкий, П. Ройш. — Минск : Изд. центр БГУ, 2007. — 280 с.

3. Электронный журнал о финансах [Электронный ресурс] // Журнал о бизнесе и инвестициях. — Режим доступа: <http://www.businessmonster.ru>. — Дата доступа: 15.04.2016.

А.С. Забиран
Е.А. Довголенок
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Ю.М. Зенович

ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В Республике Беларусь реформа пенсионной системы является актуальной задачей из-за грядущих демографических изменений. Предстоит сделать выбор между реформами в рамках одноуровневой системы (повышение пенсионного возраста, увеличение производительности труда) и/или «надстройкой» второго накопительного уровня для придания системе большей устойчивости.

Целью данной работы является выявление основных проблем развития пенсионной системы Республики Беларусь и разработка мер по ее совершенствованию.

Пенсионная система Республики Беларусь унаследована еще из СССР. Развитие экономики, общества и демографические процессы делают эту систему несоответствующей современности, гендерно дискриминирующей и финансово нестабильной. Так, сегодня средняя продолжительность жизни в Беларуси составляет 73,1 года (67,8 — для мужчин; 78,4 — для женщин).

В рамках анализа пенсионной системы страны следует рассмотреть показатель уровня замещения, который помогает определить, насколько уровень средней пенсии отличается от среднего заработка гражданина, то есть насколько снижаются доходы работников при выходе на пенсию.

В Республике Беларусь данный показатель составляет 40,6 %. Это достаточно удовлетворительный результат. Для сравнения: в странах ОЭСР уровень замещения в среднем составляет 54,5 %. В некоторых государствах он ниже, чем у нас сегодня: в Японии — 36 %, а Великобритании — 32 %.

Основываясь на опыте других стран и анализе доступных показателей, мы предлагаем следующие пути совершенствования пенсионной системы Республики Беларусь:

1. Увеличение заработной платы населения.
2. Увеличение численности работающего населения путем повышения пенсионного возраста.
3. Переход к накопительной системе.

В соответствии с выводом повышение пенсионного возраста в Республике Беларусь имеет достоинства и недостатки (см. таблицу).

Достоинства и недостатки увеличения пенсионного возраста

Достоинства	Недостатки
Рост национального богатства за счет увеличения объема производства	Людей старшего возраста неохотно принимают на работу
Увеличение эффективности рабочих мест	Недолговечность эффекта предложенной реформы
Сохранение льгот и условий для действующих пенсионеров	Уменьшение коэффициента пенсионной нагрузки
Снижение налогового бремени с работающей части населения и сохранение индексации для пенсионного обеспечения в условиях экономического кризиса	Увеличение количества мужчин, не доживших до пенсионного возраста
Поступление дополнительных средств в бюджет	Рост зарплат «в конвертах»

Источник: собственная разработка.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что необходимо реформирование пенсионной системы Республики Беларусь с целью уменьшения бюджетных расходов. Плавное увеличение пенсионного возраста лишь один из проектов пенсионной реформы, призванной решить назревшие в стране экономические и демографические проблемы.

Литература

Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 17.03.2016.

Сайт общественного объединения белорусских пенсионеров «Наше поколение» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://pensionerby.org/>. — Дата доступа: 17.03.2016.

А.М. Кибальникова
СКФУ (Ставрополь)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.Н. Момотова

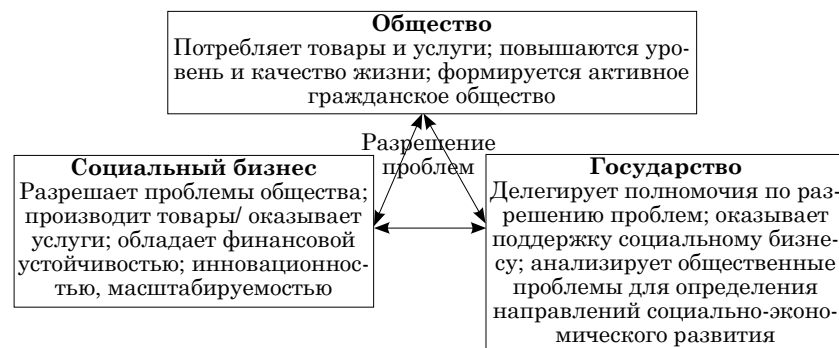
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Значительной угрозой для развития общества является наличие социального неравенства, а также связанные с ним такие проблемы,

как низкая продолжительность жизни, неграмотность, безработица и нищета. Несмотря на то что данные вопросы регулярно обсуждаются на различных уровнях, они до сих пор остаются неразрешенными. В настоящее время во многих странах качество жизни населения обеспечивают посредством развития социального бизнеса, деятельность которого направлена на разрешение социальных проблем. Большинство экономистов и ученых считают, что предпринимательство становится решающим фактором развития и благополучия общества.

Независимо от теоретической концепции экономики (ресурсно-ориентированная, эффективная или инновационная) деятельность социального бизнеса способствует снижению уровня безработицы, повышению склонности к внедрению инноваций, ускорению структурных экономических изменений. Концепция социальной экономики напрямую связана с необходимостью достижения социального партнерства между государством, бизнесом и обществом (см. рисунок). Отметим, что именно начало XXI в. можно охарактеризовать как период развития взаимоотношений между бизнесом, обществом и государством, формирования корпоративной социальной ответственности, увеличения социальных инвестиций в развитие общества.

В России социальный бизнес только начинает развиваться, однако совокупность накопившихся противоречий замедляет этот процесс. Отсутствие диалога между государством, властью и обществом, вызванное неготовностью или нежеланием сторон, является огромным препятствием в развитии социальной экономики. Несмотря на то что в настоящее время наблюдается всемирный бум корпоративной и особенно частной филантропии, в России всего 5 % населения делает благотворительные пожертвования, немногим больше случаев корпоративной социальной ответственности. Следует отметить, что в рейтинге, составленном компанией Gallup, Россия оказалась на 102-м месте из 130 стран, участвовавших в Индексе гражданской помощи [1].



Социальное трехстороннее взаимодействие

Развитие социального бизнеса в России замедляется тем, что отсутствует система поддержки, которая бы создавала дополнительные преимущества перед традиционным бизнесом. Также, на наш взгляд, необходимо налаживать трехстороннее социальное партнерство, однако это невозможно без развития гражданского общества. Именно неравенство в распределении материальных благ является одной из причин отсутствия элементарной самоорганизации общества, так как оно заставляет значительную часть населения с доходами на уровне или ниже прожиточного минимума заниматься исключительно удовлетворением жизненно необходимых потребностей, не оставляя при этом времени для того, чтобы проявлять свою активную гражданскую позицию, принимать участие в решении социальных проблем.

Таким образом, для развития социального бизнеса необходимо создать благоприятные условия для налаживания трехстороннего взаимодействия.

Литература

1. Албутова, А. В социальном бизнесе Россия ближе к США, чем к Европе [Электронный ресурс] / А. Албутова. — Режим доступа: <http://www.opes.ru/1540077.html>. — Дата доступа: 21.04.2016.

Е.Н. Кирдун
Е.М. Филипович
 БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Ю.М. Зенович

АУТПЛЕЙСМЕНТ — ИСКУССТВО УВОЛЬНЯТЬ

Аутплейсмент — комплекс мер, направленных на предотвращение негативных последствий увольнения сотрудников. Осуществляется как специалистами самого предприятия, так и с привлечением профессионалов консалтинговых фирм. Задача аутплейсмента — подготовка работника к увольнению. Цель изучения процесса аутплейсмента в работе — выявление экономической эффективности данной меры в сравнении с обычным увольнением. Преимущество аутплейсмента: высвобождение с прежнего места работы происходит без излишних затрат сил, энергии и времени; происходит оценка профессиональных перспектив работника, разрабатывается стратегия поведения на рынке труда в будущем; оказание реальной помощи человеку в поиске нового места работы; уверенность в том, что увольняемый сотрудник не перейдет к конкуренту; возможность сократить издержки при увольнении; помогает смягчить негативные эмоции от увольнения и проявить заботу о сотруднике; показатель современности компании. Недостатки аутплейсмента: отсутствие стопроцентной

гарантии трудоустройства; непрозрачные сроки выполнения проектов. Агентство не может обеспечить трудоустройство в течение 30–60 дней, так как время поиска подходящей работы строго индивидуально; не всегда кандидат готов к работе по аутплейсменту в силу стресса от потери работы.

Основные этапы аутплейсмента:

- проведение консультации;
- подготовка резюме;
- активное продвижение;
- психологическая помощь.

Далее произведем расчет средств, необходимых на осуществление опережающего профессионального обучения.

Предполагаемый объем затрат на опережающее обучение высвобождаемых 3 человек с перспективой их трудоустройства может составить 32 157 000 руб.

Средства на мероприятия по опережающему профессиональному обучению работников в случае угрозы массового увольнения выделяются из республиканского бюджета.

Далее произведем расчет затрат на программу аутплейсмента.

Численность работников ООО «Афарбавана», охваченных данным мероприятием, — 3 человека. С ними будут проводиться групповые занятия, следовательно, стоимость групповой работы включает групповой тренинг + индивидуальная работа с сотрудниками.

Общий объем средств, необходимых на осуществление мероприятий по высвобождению персонала, представлен в таблице.

Коэффициенты ликвидности

Затраты	Сумма, руб.
Средства на организацию опережающего профессионального обучения	32 157 000
Стоимость программы аутплейсмента	6 750 000

Услуга аутплейсмента — дорогая услуга, но несмотря на это, она для компании в 5–10 раз дешевле выплаты компенсации при увольнении, которая может достигать 4–6 заработных плат.

Литература

Канаева, Е. И. Аутплейсмент как технология высвобождения персонала / Е. И. Канаева // *Educatio*. — 2015. — № 5(12)-2. — С. 37–39.

Долженкова, Ю. В. Аутплейсмент как инструмент антикризисного управления / Ю. В. Долженкова // *Вестн. Омского ун-та. Сер. «Экономика»*. — 2011. — № 3. — С. 112–118.

Е.А. Ковальчук

И.С. Куликина

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Ю.М. Зенович

БЕЗРАБОТИЦА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ В БЕЛАРУСИ

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 агроэкотуризма, ремесленной деятельностью, не может применить свою рабочую силу.

Показатель регистрируемой безработицы не учитывает значительных по своим масштабам скрытых ее форм. Поэтому информация о зарегистрированной безработице касается лишь части безработных, которая обратилась в государственную службу занятости и отвечает условиям регистрации в стране. Ведомственная статистика в этой области подвержена влиянию изменений в законодательных положениях, регулирующих порядок регистрации безработных и выплаты пособий по безработице.

На сегодняшний день безработица является одной из наиболее важных проблем, угрожающих экономической и демографической безопасности Беларуси. Численность безработных, зарегистрированных в органах по труду, занятости и социальной защите, на конец 2015 г. составила 43,3 тыс. человек, что в 1,8 раза больше, чем на конец 2014 г. В данном контексте особую опасность представляет рост молодежной безработицы, доля которой на конец 2015 г. составляла примерно 24,5 % от общего числа зарегистрированных безработных.

В настоящее время рынок труда молодежи является чрезмерно насыщенным, однако из-за низкой квалификации и отсутствия опыта, работодатели слабо заинтересованы в приеме на работу выпускников, несмотря на то что молодежь наиболее приспособлена к постоянной смене вида деятельности и обладает наибольшим потенциалом профессионального роста, что провоцирует проблему безработицы среди молодежи. В Республике Беларусь молодежь до 25 лет от общей численности безработной молодежи (16–29 лет) составляет 56 %, в том числе в возрасте 16–17 лет — 3 %, 18–19 лет — 12 %, 20–24 года — 44 %. Высокий уровень безработицы отмечался в возрастной группе 20–24 года (44 % от численности безработной молодежи и 10,9 % от общей численности безработных) и 25–29 лет (41 % от численности безработной молодежи и 10,2 % от общей численности безработных).

Рассмотрев уровень безработицы среди молодежи в отдельных регионах мира, можно сделать вывод, что самый высокий показатель на конец 2015 г. (29,8 %) в странах Ближнего Востока, а самый низкий

(10,1 %) — в Южной Азии. По сравнению с 2014 г. уровень безработицы имеет тенденцию к росту практически во всех регионах мира. Средний показатель молодежной безработицы в мире составляет 15,22 %, что на 2 % больше, чем в 2014 г. (15,02 %).

Также рассмотрев данные уровня молодежной безработицы в странах ЕС, было выявлено, что наиболее высокий уровень безработицы зафиксирован в Греции (48,6 %), Испании, Хорватии, Италии и на Кипре. Наиболее низкий — в Германии (7 %), Дании, Чехии, Нидерландах и Австрии. Средний показатель по ЕС составляет 19,7 %, а по еврозоне — 22 %. По оценке экономистов, из-за молодежной безработицы ЕС ежегодно теряет 150 млрд евро, или 1,2 % ВВП.

Исследование уровня молодежной безработицы в Беларуси в сравнении с данными по странам Европейского союза и показателя в мире в целом показывает, что безработица среди молодежи в Беларуси уже выше среднего показателя как в ЕС, так и в еврозоне и впоследствии может достигнуть критической отметки. Причинами этого, по нашему мнению, являются:

- квалификация молодых специалистов не соответствует потребностям рынка труда;
- отсутствие или снижение у молодых специалистов профессиональных навыков по изучаемой ранее профессии;
- несоответствие требованиям работодателя;
- низкий уровень заработной платы у молодых специалистов и замедленное продвижение по должности;
- ошибочный выбор профессии, специальности.

Исходя из вышеизложенного мы предлагаем следующие пути решения проблемы молодежной безработицы в Беларуси: стимулирование работодателей, повышение качества подготовки специалистов, создание молодежных бирж труда, подготовка специалистов по востребованным специальностям, смягчение критериев приема на работу, в том числе прием молодежи без опыта работы.

Неполное использование трудового потенциала молодежи — негативное явление, поскольку замедляется процесс обновления рабочей силы особенно в тех отраслях, работа в которых для молодых людей не привлекательна. А растрата их трудового потенциала сегодня — это потеря качества рабочей силы в ближайшем будущем. Чем раньше вступает молодежь на рынок труда, тем выше устойчивость ее занятости. Высокая текучесть, безработица ведут к прямым моральным и материальным потерям как у самой молодежи, так и в обществе в целом.

Литература

О занятости населения Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 15 июня 2006 г. № 125-З: в ред. от 26 окт. 2012 г. // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2012.

Состояние рынка труда [Электронный ресурс] // Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by/ru/sostojanie>. — Дата доступа: 23.03.2016.

The Statistic Portal for Market Data, Market Research and Market Studies [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.statista.com>. — Date of access: 25.03.2016.

Global Employment Trends for Youth 2015: Scaling up investments in decent jobs for youth / International Labour Office — Geneva: ILO, 2015.

Д.А. Кучинская
В.О. Пономарева
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л.В. Лагодич

БЕЗОТХОДНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В АПК

Сложившееся сегодня положение в области ресурсопотребления и масштабы промышленных выбросов позволяют сделать вывод о том, что имеется только один путь решения проблемы оптимального потребления природных ресурсов и охраны окружающей среды — создание экологически безопасных технологических процессов, в том числе в АПК.

В соответствии с Декларацией о малоотходной и безотходной технологии и использовании отходов под безотходной технологией понимается такой принцип функционирования промышленности и сельского хозяйства региона, отрасли, а также отдельных производств, при котором рационально используются все компоненты сырья и энергия в цикле и не нарушается экологическое равновесие [1].

Стратегия безотходной технологии исходит из того, что неиспользуемые отходы являются одновременно не полностью использованными природными ресурсами и источником загрязнения окружающей среды.

Учитывая, что отходы сельхозпроизводства имеют в основной своей массе органическое происхождение, их можно успешно перерабатывать с использованием уже имеющихся технологий. Современные биогазовые установки являются перерабатывающими комплексами всех типов органических отходов — свиного навоза, навоза крупного рогатого скота, а также птичьего помета для получения биогаза и высококачественного удобрения [2].

Промышленная переработка молока на принципах безотходной технологии является важным резервом увеличения объема готовой продукции. Таким образом, переработка молочной сыворотки имеет большое практическое значение.

Возможны следующие варианты переработки и использования молочной сыворотки: сушка, сгущение, ультрафильтрация и произ-

водство белковых концентратов, производство молочного сахара и использование продуктов из сыворотки в отраслях пищевой промышленности, на кормовые цели.

В Республике Беларусь наглядным примером организации комплексной переработки отходов производства является предприятие пищевой промышленности ОАО «Ошмяны. Сыродельный завод», в котором открыт новый цех по стужению сыворотки, получаемой при переработке молока [3].

В последние годы на предприятиях мясной промышленности существенно увеличилась выработка сухих животных кормов из отходов производства. Исследования показывают, что прирост живой массы у опытных животных, получавших рацион с костной мукой, выработанной по новой технологии, был на 6,2 % выше, а затраты корма на 1 кг привеса — ниже на 0,3 корм. ед., чем при использовании традиционной костной муки. Результаты свидетельствуют об эффективности использования костной муки по разработанной безотходной технологии в животноводстве [4].

Человечеству необходимо осознать, что ухудшение состояния окружающей среды является серьезной угрозой для будущих поколений. За ближайшие несколько десятилетий необходимо и возможно ликвидировать нищету и голод, избавиться от социальных пороков в глобальном масштабе, однако возродить разрушенную экологию невозможно. Потребуется знания многих ученых, в том числе в сфере использования безотходных технологий в АПК, чтобы не допустить глобальной экологической катастрофы.

Литература

1. Безотходные технологии в АПК [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://proiz-teh.ru/bezothodnye-tehnologii.html>. — Дата доступа: 02.05.2016.
2. Индивидуальные биогазовые установки [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rosbiogas.ru/individualnye-biogazovye-ustanovki.html>. — Дата доступа: 02.05.2016.
3. Безотходные технологии в молочной промышленности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://proiz-teh.ru/bt-moloko.html>. — Дата доступа: 02.05.2016.
4. Безотходные технологии в пищевой промышленности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2011/15/2160>. — Дата доступа: 02.05.2016.

А.С. Мищенко
Е.Н. Кирдун
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — В.В. Мороз

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

На современном этапе развития белорусская экономика находится в достаточно сложной ситуации. Существует множество факторов, таких как кризисы, неопределенность законодательства и другие, которые в разной степени влияют не только на мировую экономику, но и на финансовую устойчивость предприятий всех отраслей.

Цель работы — показать влияние состояния экономики страны на деятельность предприятия реального сектора экономики.

Актуальность работы заключается в разработке конкретных мероприятий по удержанию позиций предприятия на рынке в условиях кризиса.

В отечественной и зарубежной литературе нет однозначного толкования понятия «финансовая устойчивость предприятия». Многие ученые определяют это понятие как уровень собственных источников средств предприятия для формирования запасов и затрат.

В отечественной экономической литературе наибольшее распространение получили два подхода к анализу финансовой устойчивости организации. Первый основан на оценке уровня собственного оборотного капитала предприятия, второй — на комплексном анализе хозяйственной деятельности с акцентом на соотношении собственных и заемных средств. По сути второй метод является продолжением первого, но объект анализа значительно расширяется.

Анализ финансовой устойчивости будем проводить на примере ООО «Афарбавана».

При первоначальной оценке используется экспресс-тест, позволяющий в целом охарактеризовать состояние предприятия.

Коэффициенты ликвидности

Наименование показателя	2013	2014	2015	Нормативное значение показателя
Коэффициент текущей ликвидности (K1)	1,08	0,85	1,01	K1 ≥ 1,2
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (K2)	0,08	−0,18	0,01	K2 ≥ 0,15

Рассчитанные показатели не соответствуют норме, следовательно, организация не в полной мере обеспечена собственными оборотными средствами.

Далее был проведен комплексный анализ финансового состояния ООО «Афарбавана», из чего можно сделать вывод, что организация сильно зависит от заемных средств и не имеет необходимого количества собственных для погашения обязательств, что может привести к банкротству.

Предлагаем следующие мероприятия по выходу предприятия из кризисного состояния:

- оптимизирование организационной структуры;
- проведение аутплейсмента («безболезненное» увольнение сотрудников);
- внедрение системы «бережливое производство»;
- внедрение системы бюджетирования;
- экономное расходование ресурсов;
- развитие инновационных продуктов и видов деятельности.

Внедрение указанных мер обеспечит финансовую устойчивость ООО «Афарбавана» в условиях кризиса.

Литература

Житникова, А. А. Зарубежный опыт оценки финансового состояния предприятия / А. А. Житникова // Соврем. тенденции в экономике и упр. — 2013. — № 9. — С. 37–42.

Хабибуллина, Э. Р. Финансовая устойчивость предприятия / Э. Р. Хабибуллина // Вестн. АГТУ. — 2015. — С. 229–235.

А.С. Мищенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Ю.М. Зенович

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Бюджетирование и прогнозирование являются финансовыми инструментами управления, потребность в которых особенно остро чувствуется в условиях быстро меняющейся конкурентной среды.

Целью работы является разработка методики по оценке эффективности системы бюджетирования.

Актуальность работы заключается в том, что бюджетирование в настоящее время является одним из наиболее передовых методов, существенно повышающих эффективность планирования деятельности предприятия посредством определения финансовой составляющей во всех областях его деятельности.

Существует достаточно большое количество концепций бюджетирования. Современная концепция рассматривает бюджетирование в непосредственной связи с системой сбалансированных показателей

(ССП), т.е. бюджетирование рассматривается как система финансово-экономических показателей, разработанных на основе СП, интегрированная с системой долго- и краткосрочного планирования в организации [1].

Заказчиков проекта (в частности директора организации) интересует вопрос эффективности проекта по постановке бюджетирования [2, с. 101]. В литературе не описано экономических методов оценки эффективности, поскольку сделать это достаточно сложно. В данной статье предлагается методика оценки экономической эффективности проекта.

Концепция предлагаемой методики заключается в двойном планировании деятельности организации, т.е. вначале планируется деятельность организации так, если бы не внедрялась система бюджетирования (первичное планирование): не принимаются в расчет затраты на бюджетирование и эффект от экономии затрат после внедрения бюджетирования; далее производится планирование непосредственно в системе бюджетирования (интегрированное планирование). После рассчитывается коэффициент планирования как отношение плановой прибыли, рассчитанной по интегрированному планированию, к прибыли по первичному планированию. Если коэффициент больше 1, то внедрение системы бюджетирования экономически эффективно.

Первичное планирование рекомендуем осуществлять с помощью экономико-математических моделей, это сэкономит время на планирование и позволит рассчитать показатели с достаточной степенью точности.

Система бюджетирования была внедрена в ООО «Афарбавана».

Оценим эффективность внедренной системы по описанной выше методике.

Чистая прибыль, которая заложена в бюджет о доходах и расходах, равна 361 млн руб. Чистая прибыль по экономико-математической модели равна 56 млн руб.

Вероятно, что чистая прибыль, заложенная в бюджет, больше соответствующего показателя, рассчитанного по временному ряду, на 305 млн руб.

Коэффициент планирования равен 1,18, что свидетельствует об эффективности внедренной системы.

Итак, в статье была предложена методика по оценке эффективности бюджетирования. Предложенная методика имеет недостаток: трудоемкость расчетов, что для крупных предприятий вовсе непосильная задача. Необходимо автоматизировать процесс планирования, чтобы методику целесообразно было применять на практике.

Литература

1. Боровких, С. В. Бюджетирование для малого предприятия / С. В. Боровких // Рос. предпринимательство. — 2013. — № 8. — С. 37–42.

2. Карпов, А. С. Серия книг 100 % практического бюджетирования. Книга 1. Бюджетирование как инструмент управления / А. С. Карпов. — М. : Москва, 2015. — 440 с.

**А.Г. Новик
Т.Ф. Хмарук
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель — кандидат сельскохозяйственных наук
В.М. Бадьина**

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПТИЦЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Белорусский птицепродуктовый подкомплекс создан с целью обеспечения потребности населения страны в яйце, мясе птицы, а также для реализации указанной продукции на экспорт. В 2013 г. производство мяса на душу населения в нашей стране находилось на уровне 124 кг, потребление — 91 кг, из них 34 кг (38,6 %) составляло мясо птицы.

В Беларуси функционируют 50 птицеводческих предприятий, из которых 26 специализируются на производстве яиц, 24 — мяса птицы.

По данным Минсельхозпрода Республики Беларусь, в 2013 г. наблюдалось снижение стоимостных показателей эффективности производства мяса и яиц птицы. Прибыль от реализации 1 т мяса птицы в 2013 г. снизилась на 34 %, рентабельность продаж — в 3 раза, расход кормов на 1 кг прироста вырос на 0,03 корм. ед. Положительной тенденцией было снижение затрат труда в расчете на единицу продукции. В 2013 г. себестоимость 1 ц мяса и 1000 яиц росла более быстрыми темпами, чем цена реализации указанных видов продукции.

Одним из перспективных технологических направлений в повышении эффективности промышленного птицеводства является применение озонирования кормов. Озон уничтожает микроорганизмы в 300–3000 раз быстрее, чем любые другие дезинфекторы; действует очень быстро — в течение нескольких минут; вырабатывается на месте, не требуя хранения и перевозки; не образует токсичных побочных продуктов. При обработке яиц озоном достигается 92–98 %-ный эффект дезинфекции.

Применив передовой опыт на ОАО «Агрокомбинат «Дзержинский» с учетом повышения яйценоскости на 3 %, нами были рассчитаны резервы производства и снижения себестоимости производства яиц для инкубации. Расчеты показали, что темп прироста валовой продукции яиц к фактическому производству равен 2,7 %, дополнительные затраты в связи с увеличением валового производства — 5 % от оплаты труда работникам птицеводства, а резерв снижения себестоимости на 1000 яиц составил 9,1 млн руб., или 0,7 %.

Одним из инновационных приемов при выращивании птицы является добавление в рацион птицы кормовых концентратов и белково-витаминных добавок, что позволяет увеличить производительность птицы на 10–15 %. Применяв инновационную технологию, мож-

но достичь снижения себестоимости производства яиц на ОАО «Агрокомбинат «Дзержинский». При поголовье на ОАО «Агрокомбинат «Дзержинский» кур-несушек 150 тыс. гол. и предполагаемом повышении яйценоскости (12 %) себестоимость 1000 яиц при перспективной технологии по расчетам сократится на 137 900 руб.

На ОАО «Агрокомбинат «Дзержинский» были проведены производственные испытания гранулированного композиционного материала на основе торфа, что позволило увеличить сохранность птицы, увеличить среднесуточный привес на 1,4 г, получить дополнительно на 1 убойную голову на 42 г мяса больше с каждой птицы, затраты корма на 1 кг прироста живой массы снизились на 1,23 %.

Таким образом, применение современных инновационных технологий в Республике Беларусь, использование опыта передовых птицеводческих предприятий республики может позволить не только увеличить объемы производства яиц и мяса птицы, но и снизить себестоимость их производства, а следовательно, повысить экономическую эффективность отрасли птицеводства.

Литература

Косьяненко, С. В. Состояние и перспективы птицеводства в Республике Беларусь / С. В. Косьяненко // *Аграрная экономика*. — 2015. — № 3. — С. 49–55.

Мониторинг безопасности ЕАЭС: 2014. — М., 2015.

Хмарук Т. Ф. Современное состояние мирового и отечественного рынков мяса птицы / Т. Ф. Хмарук, А. Г. Новик // *НИРС БГЭУ: сб. науч. ст. Вып. 5.* — Минск : БГЭУ, 2016. — С. 218–220.

Хмарук Т. Ф. Инновационное развитие отрасли птицеводства в Республике Беларусь. / Т. Ф. Хмарук, А. Г. Новик // *Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы 8 Междунар. науч.-практ. конф. студентов, Минск, 15–16 апр. 2015 г.* / БГЭУ — Минск, 2015. — С. 178–180.

**О.В. Пинчук
БГЭУ (Минск)**

Научный руководитель — А.А. Гец

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАРТОФЕЛЕВОДСТВА

Исследование современных тенденций развития рынка картофеля позволяет констатировать, что Республика Беларусь является одним из ведущих мировых производителей и занимает первое место в мире по производству картофеля на душу населения. На ее долю приходится 4–6 % мирового объема производства клубней, а среди стран

СНГ — 13–15 %. Однако сегодня для успеха в картофелеводстве мало вырастить хороший урожай, нужно его сохранить и подготовить к продаже. Неудовлетворительное хранение и транспортировка картофеля ведут к утрате природных качеств свежей продукции и значительным потерям.

Анализ развития картофелеводства КСУП «Совхоз Исток» Гомельской области позволил установить, что данная отрасль занимает важное место в экономике хозяйства, так как выручка от реализации картофеля формирует 10 % выручки растениеводства и 5 % выручки хозяйства, а прибыль отрасли составляет 10 % прибыли растениеводства.

КСУП «Совхоз Исток» в основном реализует продукцию через сеть магазинов, а также осуществляет розничные продажи с грузовых автомобилей. Следует отметить, что основную массу картофеля предприятие реализует в осенний сезон, когда существует массовое предложение картофеля и на рынке действуют низкие цены. Для сохранения продукции и реализации ее в наиболее оптимальные сроки часть картофеля хозяйством хранит в буртах. Однако при таком способе хранения потери картофеля составляют более 40 % заложенного объема. Для повышения уровня сохранности продукции и реализации ее в наиболее оптимальные сроки в хозяйстве целесообразно ввести в действие картофелехранилище инновационного типа емкостью 2600 т с установкой оборудования для поддержания микроклимата, послеуборочной и предреализационной подготовки картофеля.

В основу оценки эффективности инвестиционного проекта положено сопоставление ожидаемых притоков и оттоков денежных средств от текущей (операционной), инвестиционной и финансовой деятельности организации по годам реализации проекта. Финансовые результаты проекта рассчитывались с учетом оценки экономической ситуации в республике, государственной политики ценового и валютного регулирования, потребности в инвестициях для реализации разрабатываемого проекта и условий привлечения источников финансирования.

Оценка эффективности инвестиционного проекта позволяет утверждать о целесообразности и эффективности его реализации. Так, внутренняя норма рентабельности (IRR) составит 18 %, индекс доходности (PI) — 1,99, динамический срок окупаемости — 3,9 года.

Сравнительный анализ развития картофелеводства хозяйства показал, что за счет снижения потерь продукции при хранении и реализации ее в зимне-весенний период прибыль от реализации картофеля увеличится почти на 60 %, а рентабельность продукции и продаж — на 11 и 8 п.п. соответственно.

Таким образом, реализация инвестиционного решения по строительству картофелехранилища инновационного типа будет способствовать как повышению сохранности продукции и возможности реализации ее в оптимальные сроки, так и последующему укреплению финансового состояния отрасли и организации в целом, а также улучшению обеспечения населения картофелем в зимний период.

А.В. Позняк
С.Г. Снежко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л.М. Синица

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Легкая промышленность занимает одно из важных мест в производстве валового национального продукта, она объединяет все отрасли и производства по выпуску потребительских товаров и услуг, которые обеспечивают жизнедеятельность населения. Это и обуславливает актуальность темы данной работы [1].

Целью работы является характеристика особенностей и перспектив развития легкой промышленности Республики Беларусь.

В соответствии с целью были поставлены следующие задачи:

- охарактеризовать общую ситуацию в развитии легкой промышленности;
- выявить проблемы развития отрасли;
- проанализировать перспективы развития отрасли легкой промышленности и разработать меры по повышению эффективности отрасли.

Доля легкой промышленности в объемах промышленного производства Республики Беларусь составила 3,5 %.

Удельный вес работающих в отрасли — 2,6 % в общей численности занятых в стране.

Доля предприятий частной формы собственности составила 76,8 % их общего числа в республике, а иностранных — 3,2 % [2].

Выявленные проблемы:

- кризис перепроизводства и сбыта;
- износ основных фондов предприятий;
- высокая себестоимость произведенной продукции;
- низкий уровень использования производственных мощностей;
- низкая конкурентоспособность продукции.

Предлагаемые меры по повышению эффективности деятельности отрасли:

- обновление технической базы производства;
- уменьшение зависимости от импортных поставок сырья и материалов за счет увеличения производства в республике льноволокна, создания новых видов химических волокон и нитей, красителей, кожевенных материалов для обуви. В этой связи необходимо внедрить технологии производства текстильных и трикотажных материалов на основе нового текстильного сырья, создаваемого предприятиями химической промышленности республики, с улучшенными гигиеническими свойствами;
- ввод в эксплуатацию электронной торговой площадки. На большинстве предприятий созданы рекламные веб-страницы, только на

нескольких имеются английские версии этих самых страниц. Причем подключение к электронным торговым площадкам (ЭТП) должно происходить не только крупными, но и средними, а также малыми предприятиями, которые расположены не только в областных центрах, но и в малых городах и отдаленных населенных пунктах.

Как можно заметить, расширение рынка отечественных товаров легкой промышленности будет способствовать улучшению экономической ситуации в стране, а также повышению долевого процента легкой промышленности в общем объеме производства.

Литература

1. Национальная экономика Беларуси : учебник / В. Н. Шимов [и др.] ; под общ. ред. В. Н. Шимова. — 2-е изд. — Минск : БГЭУ, 2013.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2015. — 168 с.

А.И. Предко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — М.В. Молохович

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

В решении проблемы обеспечения населения страны продовольствием важная роль отводится молочно-продуктовому подкомплексу, который представляет собой совокупность отраслей, занятых производством, переработкой и реализацией молочной продукции. Центральным звеном данного подкомплекса выступает молочное скотоводство, от эффективности функционирования которого зависит как уровень обеспечения населения высококачественным молоком и молокопродуктами, а промышленности — сырьем, так и эффективность всего сельскохозяйственного производства. В этой связи необходимость обоснования приоритетных направлений повышения эффективности производства молока приобретает особую актуальность.

На сегодняшний день производство молока хорошо развито в нашей стране. Рентабельность молока в 2014 г. составила 18,9 %, что существенно превысило рентабельность производства других видов животноводческой продукции. Необходимо также отметить, что производство молока в стране более чем в 2 раза превышает его фактическое потребление. Это говорит о том, что рынок молока в Республике Беларусь характеризуется превышением предложения над спросом. Кроме того, молочное скотоводство дает свыше 25 % валовой продукции сельского хозяйства Беларуси. Но, несмотря на хорошее состоя-

ние отрасли в целом, существует ряд проблем, которые сдерживают дальнейшее повышение эффективности молочного производства.

В настоящее время проблемы производства молока в основном связаны с ухудшением продуктивности молочного скота, сокращением численности скота в хозяйствах населения, недостаточным уровнем развития кормовой базы и технической оснащенности отрасли, потерями молочной продукции при транспортировке и переработке.

Для решения данных проблем необходимо разработать пути повышения эффективности производства молока, к основным из которых можно отнести: интенсификацию молочного скотоводства, совершенствование ветеринарно-зоотехнического обслуживания поголовья, создание прочной кормовой базы, развитие селекции в молочном направлении, внедрение эффективных методов воспроизводства маточного поголовья, внедрение интенсивных технологий производства молока, наиболее эффективных форм и прогрессивных методов организации труда и стимулирования повышения его производительности, поиск выгодных каналов сбыта молочной продукции. Повышению эффективности молочного скотоводства будет также способствовать дальнейшее строительство, реконструкция и техническое переоснащение молочно-товарных ферм, внедрение энергосберегающих технологий, обеспечивающих более экономное использование производственных ресурсов.

Одним из наиболее целесообразных путей дальнейшего развития молочной отрасли является создание в ней сети крупных кооперативно-интеграционных структур, объединяющих в своем составе организации, производящие, перерабатывающие и реализующие молоко и молочную продукцию. Объединение производственных, бытовых, снабженческих, организационных, ресурсных и финансово-экономических возможностей данных хозяйствующих субъектов позволит им существенно повысить эффективность хозяйственной деятельности, обеспечит сбалансированное развитие как отдельных товаропроизводителей, так и отрасли в целом. Повышению эффективности производства молока будет способствовать и укрупнение товаропроизводителей посредством присоединения мелких, убыточных предприятий к более крупным и эффективно работающим.

Таким образом, предложенные мероприятия позволят сохранить потенциал отрасли, увеличить валовое производство молока, повысить его качество и эффективность производства, обеспечив тем самым отечественным товаропроизводителям высокую конкурентоспособность и устойчивые позиции на мировом рынке молочной продукции.

**М.В. Пристром
Ю.О. Скалабан**
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.Н. Зенько

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА ПО ПРОИЗВОДСТВУ МОЗАИЧНОЙ ПЛИТКИ

Открытое акционерное общество «Березастройматериалы» является предприятием, специализирующимся на производстве керамической плитки для внутренней облицовки стен и керамической плитки для пола, керамогранита, керамической плитки для бассейнов, фасадной керамической плитки и керамических декоративных элементов.

В целях повышения эффективности работы предприятия и увеличения прибыли разработан инновационный проект по внедрению новой линии производства мозаичной плитки из вторсырья.

Данный инновационный проект предусматривает улучшение финансово-хозяйственного состояния предприятия за счет расширения ассортимента выпускаемой продукции.

В рамках проекта предусматривается решение следующих важнейших задач:

- освоение новых видов конкурентоспособной продукции;
- обеспечение конкурентоспособности мозаичной плитки из вторсырья как на внутреннем, так и внешнем рынках сбыта;
- привлечение новых потребителей.

В данном проекте вопрос стоит не только в красоте и дизайне, но и в экологическом подходе к изготовлению материалов. Производство данной плитки имеет широкий ряд положительных аспектов, а именно:

- для покупателя выгодно покупать материал по более низким ценам;
- использовать полимерную мозаику можно для облицовки ванных комнат, фартуков на кухне, прихожих, холлов, прачечных и котельных помещений;
- покрытие стен мозаичными панелями придает помещению эстетичный вид;
- вмонтировать панели не составит особого труда, так как они довольно легкие;
- облегченный процесс уборки: стены, облицованные панелями из мозаики, можно протирать влажной ветошью, и лишь в более загрязненных местах используются моющие средства.

Эффективность данного проекта заключается в следующем:

- использование вторсырья дает предприятию максимальную экономию в бюджете;
- экологически чистый материал востребован на рынке;

- при низких первоначальных затратах в результате получается дешевый продукт хорошего качества.

Преимущество данного производства в экологическом плане — утилизация использованных пластиковых бутылок дает возможность очистить свалки и предотвращает загрязнение воздуха от дыма и углекислого газа.

Производственная деятельность организации в 2017 г. будет направлена на введение новой линии производства мозаичной плитки из вторсырья.

В 2017 г. планируется получить выручку от реализации продукции в сумме 432 млн бел. руб. без НДС. Планируемые капитальные затраты на начало проекта — 250 млн бел. руб. Данные затраты включают в себя покупку оборудования и первоначальные затраты на рекламу и привлечение потребителей. Реализация данного инновационного проекта предусматривается за счет собственных средств предприятия.

При осуществлении производства мозаичной плитки затраты ОАО «Березастройматериалы» на сырье и материалы составят 23,1 млн бел. руб. в месяц. Объем производства продукции составит 4500 м² в первый год, при этом цена единицы продукции (м²) — 120 000 бел. руб., а себестоимость одного м² — 80 000 бел. руб. Реализация данной продукции будет осуществляться как внутри страны, так и за ее пределами.

Срок окупаемости проекта составит 1 год при рентабельности реализованной продукции в 33,4 %. В 2017 г. планируется получение прибыли от реализации готовой продукции 72 млн бел. руб., а чистая прибыль составит 54 млн руб. Чистый дисконтированный доход к концу 2019 г. составит 818,1 млн бел. руб.

Главным и основным условием успешной реализации бизнес-плана является полное обеспечение выполнения программы производства и сбыта продукции.

Литература

Официальный сайт «Березастройматериалы» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bsm.by>. — Дата доступа: 02.04.2016.

П.В. Романовская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.М. Маркусенко

ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ МОЛОЧНО-ПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

По данным Международной молочной федерации, наша страна входит в пятерку мировых лидеров — экспортеров молочной продук-

ции и занимает 4–5 % мировой торговли молочными продуктами. Более 60 % произведенных в Беларуси молочных продуктов направляются на экспорт.

Анализ показателей экспорта молочной продукции свидетельствует о том, что на фоне количественного роста продаж в 2015 г. на 8,6 % произошло снижение выручки на 29,4 %, обусловленное падением мировых цен на молокопродукты. Прогноз снижения цен сохраняется на 2016 г.

Рассмотрев структуру продаж молочной продукции по номенклатурным позициям в стоимостном выражении, можно сделать вывод, что в 2015 г. наибольшая доля (37 %) принадлежала позиции «Сыры и творог». На втором месте находилась позиция «Молоко и сливки сгущенные и сухие», доля которой в экспорте в 2015 г. составила 28 %. Пока экспорт указанной продукции осуществляется в основном в Россию, но в условиях необходимости его диверсификации пристальное внимание обращается на такие новые рынки сбыта, как Вьетнам, Пакистан, страны Африки и Ближнего Востока.

Показатели за 2015 г. свидетельствуют о том, что Беларусь укрепилась в списке мировых экспортеров молочной продукции, прибавив объемы экспорта по таким основным позициям, как масло (28 %), сыр (10 %), сухое обезжиренное молоко (34 %), сухая сыворотка (3 %).

На фоне активизации переговорного процесса по поводу вступления нашей страны в ВТО необходимо четко обозначить как положительные, так и отрицательные моменты, с которыми столкнутся белорусские сырьевой и перерабатывающий секторы молочно-продуктового подкомплекса при условии вступления Беларуси в эту организацию. На национальном уровне необходимо готовить сельскохозяйственных производителей к условиям ВТО, сокращая государственную поддержку в рамках «желтой корзины» и увеличивая ее в секторе «зеленой».

Вступление Республики Беларусь в ВТО создаст для молочной отрасли возможность заключения новых договоров, расширения рынков сбыта продукции, привлечения иностранных инвестиций в успешно функционирующей молочной подкомплекс (сырьевой и перерабатывающие блоки). В этих условиях отечественные производители для обеспечения экспортной конкурентоспособности своей продукции вынуждены оптимизировать расходы как при производстве молока, так и при его переработке.

Сегодня Беларусь принимает меры по приведению качественных параметров молока к уровню европейских стандартов, которые законодательно будут утверждены с 1 января 2017 г.

Безусловному открытию белорусского рынка для международных транснациональных корпораций при условии вступления нашей страны в ВТО должно предшествовать создание в Беларуси крупного молочного холдинга, способного конкурировать с международными структурами как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Профессионально грамотная оценка и реализация возможностей белорусского экспорта молочной продукции позволит минимизиро-

вать риски и предотвратить возможные угрозы, исходящие из новых экономических реалий, обусловленных мировыми процессами глобализации.

К.В. Руденок
М.А. Власова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.А. Самара

УСИЛЕНИЕ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

На современном этапе развития экономики персонал становится решающим ресурсом, способным создать конкурентное преимущество организации. Объединить трудовые усилия работников в единый поток, направленный на достижение целей организации, может эффективная система управления персоналом, сердцевиной которой является кадровая политика. В свою очередь трудовая мотивация является именно тем фактором, который стимулирует отдельных исполнителей или группы людей к деятельности, направленной на достижение целей организации.

С целью анализа эффективности кадровой политики и возможности ее совершенствования за счет повышения мотивации труда персонала нами был проведен SWOT-анализ кадровой политики ОАО «Керамин».

По итогам SWOT-анализа выявлены наиболее значимые параметры:

1. Отсутствие гибкой системы управления; низкая мотивация кадров.

2. Применение опыта мировой практики и обмен специалистами.

На наш взгляд, важным мероприятием по совершенствованию кадровой политики является мотивация персонала ОАО «Керамин». В этой связи целесообразно внедрить гибкую систему мотивации персонала. Это позволит повысить заинтересованность специалистов в развитии карьеры на предприятии и будет служить стимулом к продуктивной и эффективной работе.

Практическим инструментом, дающим возможность оценить должности и рабочие места и на их основе сформировать квалификационные группы, является система грейдов. Грейды создают у сотрудников ощущение справедливости вознаграждения. В этой связи нами разработана модель оплаты труда на основе грейдирования.

Основными целями системы мотивации являются удержание сотрудников в организации, повышение результативности и эффективности сотрудников.

Эффективность предлагаемых мероприятий усиления мотивации труда с точки зрения кадровой политики можно оценить путем анализа эффективности работы персонала. Проанализируем их эффективность, используя 4 основные модели стимулирования (по линейной восходящей, по линейной нисходящей, по функции пирамиды, обратное стимулирование). В результате получаем комплексный показатель эффективности персонала. Менее 95 баллов — персонал работал неудовлетворительно, от 95–100 — удовлетворительная работа, но имеются резервы роста, 100 и выше — отличная работа.

В результате ряд социальных и организационных показателей перевыполнен за счет внедрения мероприятий по совершенствованию работы с персоналом: среднесписочная численность персонала (рост по плану 2 человека — частный показатель увеличился с 20 до 22,2 балла), текучесть персонала (сократилась с 9 до 8 % за год — увеличение частного показателя с 17 до 17,17 балла), потери рабочего времени (сократились с 12 чел.-дней до 11 — увеличение частного показателя с 15 до 16,2 баллов), уровень трудовой дисциплины (улучшился по сравнению с предыдущим годом с 28 % до 25 % — частные показатели вместо 12 баллов составил 13,2), соотношение рабочих и служащих (увеличилось с 16,3 до 16,5 рабочего на 1 служащего, что привело к увеличению частного показателя с 10 до 10,1 балла), социально-психологический климат в коллективе (климат в коллективе улучшился с 4 до 4,2 балла по 5-балльной шкале — частный показатель эффективности вырос с 8 до 8,4 балла), надежность работы персонала (по результатам оценки правления надежность улучшилась с 3,5 до 3,6 балла — рост частного показателя с 6 до 6,12 балла). Таким образом, оценка эффективности труда персонала за отчетный период составила 105,39 балла.

В результате мероприятия по усилению мотивации труда персонала через внедрение грейдовой системы оказывают положительный эффект на кадровую политику, реализуемую на предприятии.

М.М. Седляр
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.М. Маркусенко

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ В ОГУРЕЧНОМ БИЗНЕСЕ ПОЛЕСЬЯ

В Беларуси одним из крупномасштабных производителей огурцов является Полесье. А центром огуречного края является аг. Ольшаны. Согласно данным сельского совета, население Ольшан составляет 7 410 человек. Средний размер теплицы в расчете на семью составляет 0,2 га, а в целом по агрогородку площадь теплиц равна 19,4 га. При

кратности сбора урожая один раз в три дня за период сбора с 29 апреля по 5 сентября и урожайности огурцов за сезон с 1 м² теплиц 17,9 кг, валовой сбор в одном хозяйстве за сезон доходит до 36 т. Ежедневно по агрогородку собирается в среднем около 263 т огурцов.

Ранее огуречный бизнес приносил неплохие доходы населению, однако с каждым годом все сильнее усугубляется проблема сбыта выращенной продукции по выгодным ценам с учетом ярко выраженного диспаритета цен на промышленные и сельскохозяйственные товары. Расчеты, выполненные в рамках настоящего исследования, свидетельствуют о том, что ежегодные затраты в расчете на сотку составляют 6,6 млн бел. руб., а в среднем за сезон одно хозяйство затрачивает 132 млн бел. руб., в то время как средняя цена 1 кг огурцов за сезон находится в районе 6200 бел. руб. Это приводит к тому, что получаемая в результате прибыль находится на том уровне, что заниматься выращиванием тепличных огурцов в такой ситуации становится экономически невыгодно.

Нарастающая актуальность обозначенной проблемы требует активного поиска путей ее решения. На наш взгляд, наиболее рациональным выходом из сложившейся ситуации будет поиск вариантов кооперации населения по реализации выращенной продукции. Кооперационный подход позволит с большей выгодой для производителей решить проблему сбыта, оптимизировав разрыв между уровнем оптовой и розничной цены.

В ходе исследований было проведено сравнение доходов и затрат производителей при существующей и перспективной схеме реализации продукции. Показатели в расчете на одну сотку теплиц представлены в табл. 1.

Таблица 1
Показатели эффективности выращивания огурцов, бел. руб.

Показатель	В расчете на 1 сотку	
	действующая схема	перспективная схема
Средняя цена реализации 1 кг огурцов	6133	8586
Выручка	8 443 025	11 820 235
Затраты на производство	6 604 229	6 604 229
Транспортные расходы	—	257 021
Затраты на реализацию и кооперативные затраты	—	3396
Прибыль	1 838 796	4 955 590

На основе данных, приведенных в табл. 1, определены показатели экономической эффективности выращивания огурцов в расчете на хозяйство (табл. 2).

Таблица 2

Показатели эффективности выращивания огурцов в расчете на хозяйство

Показатель	Действующая схема	Перспективная схема
Выручка, млн бел. руб.	168,9	236,4
Прибыль, млн бел. руб.	36,8	99,1
Рентабельность продаж, %	21,8	41,9
Маржинальный доход, млн бел. руб.	75,2	137,6
Точка безубыточности, т	18	10

Результаты расчетов, представленные в табл. 2, свидетельствуют о выгоде бытовой кооперации в огуречном бизнесе белорусского Полесья.

С.И. Сергейчик
М.С. Сусл
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л.М. Сеница

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ JIT В БЕЛАРУСИ

JIT (just in time) — это концепция управления производством, направленная на снижение количества запасов. В соответствии с этой концепцией необходимые комплектующие и материалы поступают в нужном количестве в нужное место и в нужное время.

Цель — построение сбалансированной системы, которая обеспечивает плавный и быстрый поток материалов через систему. Основная идея состоит в том, чтобы сделать процесс как можно короче, используя ресурсы оптимальным способом.

Задачи: исключить сбои и нарушения процесса производства; сделать систему гибкой; сократить время подготовки к процессу и все производственные сроки; свести к минимуму материальные запасы; устранить необоснованные затраты.

Достоинства: отсутствие закладированности; сокращение потерь (малоотходное производство); высокое качество продукции; возможность (способность) быстро реагировать на запросы потребителя; высокоответственный персонал.

Недостатки: высокие затраты на реализацию; неспособность отдельных поставщиков работать в режиме JIT; снижение возможности исправить возникший и пропущенный на следующую операцию брак; слабые возможности удовлетворить внезапно повысившийся спрос; неспособность отдельных сотрудников взять на себя большую ответственность.

Проектирование и производство в системе JIT представляют собой основу из 4 формирующих блоков:

1) разработка изделия: стандартные комплектующие, модульное проектирование, качество;

2) разработка процесса: производственные партии небольшого объема, сокращение времени подготовки к производству, производственные ячейки, ограничение объема НЗП, повышение качества, гибкость производства, небольшие материально-производственные запасы;

3) кадровые и организационные элементы: рабочие как актив, обучение рабочих смежным специальностям, непрерывное усовершенствование, бухгалтерский учет, руководство предприятием или проектом;

4) планирование и управление: равномерная загрузка системы, система перемещения работы, визуальные системы, тесные взаимосвязи с поставщиками, сокращение числа операций и объема делопроизводства.

Усредненные данные, полученные при обследовании более 100 объектов, показали следующую эффективность:

- сократились запасы незавершенного производства на 80 %;
- запасы готовой продукции снизились на 33 %;
- объем непродовольственных запасов вместо 5–15 дней сократился до 4 часов — 2 дней;
- продолжительность производственного цикла уменьшилась на 40 %;
- производственные издержки снизились на 10–20 %;
- значительно повысилась гибкость производства;
- время реализации продукции сократилось в 2 раза;
- затраты на внедрение быстро окупались (через несколько месяцев).

Система JIT позволяет существенно снизить операционные издержки компании через оптимизацию складского хозяйства и логистики, а также совершенствование системы производства на предприятии.

Литература

Гитис, Л. Х. Научно-техническое книгоиздание : учебник / Л. Х. Гитис. — М. : ИНФРА-М, 2014. — 352 с.

Ассен, М. Ключевые модели менеджмента. 60 моделей, которые должен знать каждый менеджер / М. Ассен, Б. Гербен, П. Питерсма. — М. : АЛЫПИНА, 2015. — 156 с.

**С.О. Стасюкевич
Е.К. Хоревич
БГЭУ (Минск)**

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л.В. Лагодич

ИННОВАЦИИ В ЗДОРОВОМ ПИТАНИИ

Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2030 г. преследует ряд целей, среди которых развитие органического земледелия, создание инновационного сектора биотехнологий в растениеводстве и животноводстве, а также становление и развитие рынка биопродуктов [1]. В то же время биопродукты получают широкое распространение в экономически развитых странах, опыт которых в данной сфере необходимо изучать.

Так, в 2013 г. американская компания Hampton Creek выпустила свой первый продукт — Beyond Eggs, который является заменителем яиц. Производится он с помощью растительных ингредиентов, таких как горох, подсолнечный лецитин, рапс и природные камеди. По состоянию на 2016 г. в продаже доступны смеси на основе формулы Beyond Eggs для приготовления маффинов, блинов, брауни, печенья и тортов. Также компания реализует заменитель майонеза Just Mayo, для производства которого используются растительные вещества и указанный выше заменитель яиц [2].

Американская компания Beyond Meat производит различные пищевые продукты на основе растительных белков. Заменителями мяса служат смеси соевого белка, горохового белка, изолятов, дрожжей и других ингредиентов. Ассортимент продукции компании состоит из Beyond Chicken (куриные палочки из смеси соевого и горохового белка, клетчатки и других ингредиентов), Beyond Beef (фарш из белка гороха, рапсового масла и различных приправ) и The Beast (бургер, который состоит из горохового белка, воды, подсолнечного масла, различных пищевых веществ и натуральных ароматизаторов, содержит комплекс витаминов и минералов, который способствует восстановлению мышц [3].

Производимые в Финляндии смеси Ambronite и Soylent, компания по производству которых находится в США, являются питьевыми продуктами, которые сертифицированы FDA (Управление по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов США) в качестве продукта питания, а не пищевой добавки. Ambronite состоит из натуральных ингредиентов, таких как овес, миндаль, коричневый рис, кокос, семена льна и пр. Одна порция Ambronite содержит 500 ккал энергии и 30 г высококачественного белка, а также научно обоснованную дозу витаминов [4].

Soylent является пищевым продуктом, предназначенным для использования в качестве основного продукта питания у взрослых. Каждая порция Soylent обеспечивает максимальное питание с минимальными усилиями. Основное отличие его от Ambronite в том, что в

состав продукта входят исключительно химические компоненты. Недельный запас смеси Soylent можно приобрести по подписке за 54 дол. США (то есть 1,54 дол. США за порцию). Для сравнения: при готовке дома семья из 4 человек в США может обеспечить себе полноценный и максимально экономный рацион за 146 дол. США в неделю [5].

Таким образом, представленные выше инновационные продукты, которые, возможно, в недалеком будущем составят основу здорового питания населения различных стран мира, должны стать объектом тщательного изучения белорусских специалистов в данной сфере.

Литература

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/macroeconomy/nacionalnaya-strategiya>. — Дата доступа: 02.05.2016.
2. Hampton Creek [Electronic recourse]. — Mode of access: <https://www.hamptoncreek.com>. — Date of access: 02.05.2016.
3. Beyond Meat [Electronic recourse]. — Mode of access: <http://beyondmeat.com/products>. — Date of access: 02.05.2016.
4. Ambronite [Electronic recourse]. — Mode of access: <http://ambronite.com>. — Date of access: 02.05.2016.
5. Soylent. Free your body [Electronic recourse]. — Mode of access: <https://www.soylent.com>. — Date of access: 02.05.2016.

**Ю.Н. Таргонская
БНТУ (Минск)**

*Научный руководитель — доктор философии в области экономики
Ф.М. Файзрахманов*

УСИЛЕНИЕ ПОЗИЦИИ ОАО БМЗ НА МИРОВОМ РЫНКЕ СТАЛИ ЗА СЧЕТ РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ РЫНКОВ

По оценкам World Steel Association, мировая стальная промышленность занимает в настоящее время второе место после нефте- и газодобычи [1]. Мировым лидером в производстве стали является Китай. Если в 2010 г. в этой стране было выплавлено 638,743 тыс. т стали [2, р. 2], то в 2014 г. — уже 822,698 тыс. т [3, р. 2]. Что касается Беларуси, то в мировом рейтинге стран — производителей стали в 2014 г. она занимала 39-ю позицию, находясь между Индонезией и Объединенными Арабскими Эмиратами [4, р. 8].

В настоящее время ведущим предприятием металлургической отрасли в стране является ОАО «Белорусский металлургический завод» (далее — ОАО БМЗ). За время пребывания ОАО БМЗ на оте-

чественном и зарубежном рынках металлопродукции изделия предприятия были поставлены в 114 стран мира. В настоящее время доля экспорта в общей отгрузке продукции составляет 80 % [5]. Однако, по мнению специалистов, несмотря на достаточно высокую конкурентоспособность, ОАО БМЗ в скором времени может столкнуться с теми же трудностями, что и подавляющее большинство предприятий страны, — вследствие ослабления его позиций на традиционных внешних рынках, а также из-за возникшего в отрасли кризиса. В сложившейся ситуации руководству завода следует рассмотреть вопрос реструктуризации своего портфеля рынков при обязательном сохранении и укреплении связей с потребителями из стран Северной Америки, Европы, а также стран СНГ, прежде всего из России.

Можно предполагать, что наиболее привлекательным регионом для производителей стали продолжит оставаться Юго-Восточная Азия, прежде всего за счет Индонезии, Сингапура и Таиланда, в которых в течение 2010–2013 гг. наблюдались высокие темпы роста фактического потребления и импорта стали на фоне замедления темпов собственного ее производства (за исключением Филиппин). Достаточно привлекательным регионом является и Южная Америка, прежде всего благодаря Венесуэле, Эквадору и Колумбии. Но при оценке привлекательности этих регионов обязательно следует учесть, что они находятся в географической близости от ведущих мировых производителей стали из Китая, Японии, Южной Кореи и США.

Опираясь на вышесказанное, мы считаем, что постепенная диверсификация ОАО БМЗ своих рынков за счет стран Ближнего Востока, Северной Африки, Восточной и Юго-Восточной Азии, а также Латинской Америки, которые показывают достаточно высокие темпы роста фактического использования стали и прямого импорта [6, р. 17, 26], является целесообразной. Одним из инструментов, который может быть при этом использован, являются стратегические коалиции с отечественными и российскими компаниями — производителями и потребителями металлопродукции.

Литература

1. A healthy economy needs a healthy steel industry providing employment and driving growth / World Steel Association [Electronic recourse]. — Mode of access: <http://www.worldsteel.org/Steel-facts.html>. — Date of access: 27.02.2016.
2. Steel Statistical Yearbook 2014 [Electronic recourse]. — Mode of access: <http://www.worldsteel.org/search-result.html?queryStr=Steel+Statistical+Yearbook+2014>. — Date of access: 24.02.2016.
3. Steel Statistical Yearbook 2015 [Electronic recourse]. — Mode of access: <http://www.worldsteel.org/search-result.html?queryStr=Steel+Statistical+Yearbook+2015>. — Date of access: 24.02.2016.
4. World steel in figures 2015 [Electronic recourse]. — Mode of access: <http://www.worldsteel.org/search-result.html?queryStr=world+steel+in+figures+2015>. — Date of access: 25.02.2016.

5. Официальный сайт ОАО «Белорусский металлургический завод» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belsteel.com/about/geografiya-postavok.php> — Дата доступа: 12.02.2016.

6. Indirect Trade in Steel. March 2015, p. 28 [Electronic recourse]. — Mode of access: <http://www.worldsteel.org/search-result.html?queryStr=Indirect+Trade+in+steel>. — Date of access: 12.02.2016.

А.С. Тумарев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.А. Подобед

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЗАО МЗБН С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Проблема повышения конкурентоспособности предприятий является в настоящее время одной из наиболее актуальных задач. Усиление конкуренции между предприятиями на различных рынках товаров и услуг, а также снижение покупательского спроса поставили вопрос об исследовании основных характеристик конкурентоспособного развития предприятий, факторов, влияющих на их конкурентоспособность, и возможности повышения конкурентоспособности. Для выработки конкретных мер по повышению конкурентоспособности предприятия необходимо проанализировать основные показатели конкурентоспособности производственного предприятия. Структура анализа показателей предполагает выделение следующих групп: трудовой потенциал, маркетинговый потенциал, производственно-технический потенциал, финансово-инвестиционный потенциал, инновационный потенциал.

Далее рассмотрим, как информационные технологии могут положительно влиять на конкурентоспособность предприятия. Современные технологии обработки, хранения и накопления информации в любых видах являются наиболее действенными инструментами развития конкуренции и повышения конкурентоспособности в экономике. Информационные технологии на предприятиях существуют в виде разнообразных информационных систем.

В сфере управления взаимоотношениями с партнерами и клиентами CRM (Customer Relationship Management) и SCM (Supply Chain Management) — технологии способствуют росту продаж, снижению издержек, повышению лояльности клиентов и контрагентов, улучшению качества обслуживания. Повышают конкурентоспособность продукции.

В сфере управления бизнес-процессами и повышения эффективности экономической деятельности BPR (Business process reengineering) и

ERP (Enterprise Resource Planning) — информационные технологии способствуют координации инноваций, минимизации рисков, повышению масштабируемости и гибкости, снижению издержек. Повышают экономическую безопасность предпринимательской структуры.

В сфере управления персоналом и трудовыми ресурсами HRM (Human Resource Management) способствует использованию кадровых ресурсов максимально эффективно при удовлетворенности сотрудников своей работой.

В сфере повышения эффективности хозяйственной деятельности ERP, MIS (Management Information Systems) BI (Business intelligence) — технологии способствуют достижению синергетического эффекта, автоматизируют и согласуют действия всех частей предпринимательской структуры для успешной разработки и реализации стратегических программ и достижения программно-стратегических конкурентных преимуществ [1, с.73].

Для ЗАО МЗБН целесообразно будет внедрение CRM-системы. Ориентация компании на усовершенствование отношений с клиентами обусловлена рядом тенденций, в частности, усилением конкуренции, повышением требований покупателей к качеству предлагаемых продуктов и уровню сервиса, снижением эффективности традиционных маркетинговых средств, а также появлением новых технологий взаимодействия с клиентами и функционирования подразделений компании. Знание клиентов и удовлетворение запросов и потребностей каждого из них могут позволить компании получить новые возможности для сбыта товаров и услуг и стать ключевым фактором устойчивого развития и источником долгосрочного конкурентного преимущества компании на рынке.

Литература

1. Каюченко, А. В. Информационные технологии управления предприятием как современный фактор конкурентоспособности предприятия / А. В. Каюченко // Креативная экономика. — 2010. — № 10 (34). — С. 71–76.

А.С. Федорова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.А. Гец

ОБОСНОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Конкурентоспособное функционирование молокоперерабатывающих организаций в современных условиях актуализирует проблему

оптимизации использования технических и технологических ресурсов посредством создания и внедрения инновационных безотходных технологий, которые позволяют комплексно извлекать все компоненты сырья, превращая их в новую гамму готовых продуктов, и уменьшить негативную экологическую нагрузку в результате выброса переработанного сырья в окружающую среду.

В результате исследования выявлено, что в процессе переработки молока в молочные продукты получают ценные побочные продукты — обезжиренное молоко, пахту и молочную сыворотку, в которые переходит от 50 до 75 % сухих веществ молока. Основными и наиболее ценными компонентами вторичного молочного сырья являются белки, липиды (молочный жир) и углеводы (лактоза). Так, лактоза составляет около 75 % сухого продукта молочной сыворотки, белки — 13, минеральные компоненты — 9 и жиры — 3 %. Состав сыворотки по некоторым видам витаминов превосходит их содержание в цельном молоке. В молочную сыворотку переходит углеводный комплекс, сывороточные белки и минеральные соли. Таким образом, пищевая ценность вторичного молочного сырья характеризуется наличием ценных питательных веществ, достаточной калорийностью, хорошей усвояемостью, оптимальным соотношением питательных веществ, биологической и физиологической их полноценностью.

В результате оценки эффективности функционирования ОАО «Березовский сыродельный комбинат» выявлено, что имеющиеся в настоящий момент мощности могут обеспечить переработку только 60 % получаемой в процессе производства подсырной и творожной сыворотки. Следует отметить, что возврат сыворотки в хозяйства экономически невыгоден, а существующие технологии утилизации молочной сыворотки приводят к серьезным негативным экологическим последствиям.

В целях обеспечения комплексной переработки молочного сырья, увеличения объемов переработки молочной сыворотки целесообразно активизировать привлечение инвестиций на модернизацию и создание дополнительных специализированных мощностей по производству сухих молочных продуктов из вторичного молочного сырья. Расчеты показали, что для создания новой технологической линии по производству сухих молочных продуктов общая величина инвестиционных затрат по проекту составит 15 млн евро, в том числе на приобретение и монтаж оборудования — 9 млн евро. Финансирование проекта целесообразно осуществлять за счет заемных средств (60 %) сроком на 6 лет с началом выплат основного долга с момента ввода мощностей в эксплуатацию и частично — за счет собственных средств организации (40 %). Оценка эффективности инвестиционного проекта показала, что проект пригоден для инвестирования так как NPV принимает положительное значение через 6 лет (на конец горизонта

расчета данный показатель составит 2 118,3 тыс. евро); простой срок окупаемости инвестиций — 6,1 года; динамический срок окупаемости проекта составит 7,9 года; внутренняя норма доходности — 9,3 %; индекс доходности — 1,04.

Таким образом, реализация инвестиционного проекта по производству сухих молочных продуктов позволит ОАО «Березовский сыродельный комбинат» расширить ресурсные возможности за счет более глубокой комплексной переработки сырья и вовлечь неиспользованные вторичные молочные ресурсы в качестве источников сырья для получения продуктов питания, кормов, производных компонентов для других отраслей, повысить выход товарной продукции с единицы сырья, а также уменьшить негативную экологическую нагрузку на окружающую среду.

СЕКЦИЯ 9

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

Е.В. Андрос

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук А.В. Владыко

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМЫ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТОРГОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Известно, что управлять можно только тем, что измеряется. Даже если стратегия организации представляется совершенно ясной ее руководителю, этого недостаточно для того, чтобы она успешно выполнялась. Стратегия должна быть понятна всем членам управленческой команды и сотрудникам, поэтому необходимы средства управления реализацией стратегии, позволяющие направлять и отслеживать траекторию движения организации к ее стратегическим целям. В связи с этим часто актуальными являются анализ и совершенствование системы измерения результатов деятельности различных подразделений организации.

Инструментом, позволяющим измерить результат деятельности, в том числе степень достижения и затраты на получение результата, является система ключевых показателей эффективности — Key Performance Indicator (KPI) — это система стоимостных и нестоимостных индикаторов, характеризующих состояние и перспективы развития организации и ее элементов, которая позволяет ориентировать подразделения и сотрудников на достижение тактических и стратегических целей организации и реализацию стратегических задач.

Как и любая система, система ключевых показателей имеет как недостатки и ограничения в использовании, так и свои преимущества. По мнению автора, целесообразно выделить преимущества применения ключевых показателей для каждого уровня, так как в деятельности торговой организации принимают участие как торгово-оперативный персонал, так и руководство (см. таблицу).

Основные недостатки и преимущества применения KPI

Недостатки и ограничения использования KPI	Не во всех видах деятельности целесообразно применять измеримые показатели
	Неподходящий момент для внедрения системы KPI
	Необходимость адаптации системы в бизнес-процессы конкретной организации
	KPI разработана без учета общей стратегии и противоречит ей
	KPI является показателем процесса, а не результата

Преимущества для руководителя	KPI нацелена на повышение заинтересованности персонала в результатах деятельности организации
	Процесс принятия решений сводится к анализу данных, представленных в утвержденной форме
	Рост производительности труда
	Рост удовлетворенности и квалификации персонала, снижение текучести кадров, улучшение внутрифирменного взаимодействия
Преимущества для торгово-оперативного персонала	Прозрачность начисления бонусов
	Система премирования KPI не диктуется предвзятым отношением к сотруднику
	Сотрудник самостоятельно видит пути влияния на увеличение своего заработка
	Изменением KPI легко достигается переориентация всех работников на новые цели организации

Источник: собственная разработка.

Литература

Бондаренко, Т. В. Работа над ошибками, или как разработать эффективную систему KPI / Т. В. Бондаренко // Менеджмент сегодня. — 2010. — № 4 (58). — С. 236–241.

Панов, М. М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе KPI / М. М. Панов. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 253 с.

Д.Ю. Багрицевич
Д.И. Шкуц
 БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Белова

ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ИННОВАЦИЙ НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ

Сфера общественного питания играет на современном этапе все возрастающую роль в жизни современного общества и каждого человека и является одной из важнейших социально-экономических составляющих уровня его развития. В Республике Беларусь ресторанный бизнес развивается в соответствии с мировыми тенденциями: меняется структура сети, развиваются новые форматы, концепции и др. Вместе с тем в своем развитии отечественный ресторанный бизнес сталкивается с рядом трудностей, связанных с менталитетом населения (отсутствием привычки питания вне дома); снижением реальных денежных доходов населения (и как следствие, снижением расходов

на питание вне дома, поскольку они являются необязательными), отсутствием четко сформированных предпочтений.

На развитие общественного питания существенное влияние оказывают потребительские предпочтения, которые существенно изменились за последние годы: все большее количество потребителей делает выбор в пользу здорового питания, демократичных цен и удовлетворения разнообразных потребностей (не только в питании, но и социально-культурных).

Растущий интерес к здоровой и вкусной еде повлек изменения ассортимента предлагаемой продукции общественного питания различными типами и форматами объектов питания (спрос на здоровую и качественную пищу наиболее полно можно удовлетворить, используя современное инновационное оборудование), появление нескольких популярных направлений ресторанного бизнеса: penkitchen (клиенты хотят видеть, как и из чего для них готовят), slow-food (медленное употребление вкусной и здоровой пищи).

Для того чтобы выявить, насколько предлагаемые на рынке ресторанных услуг продукция и услуги соответствуют предпочтениям потребителей и способны удовлетворить их, был проведен опрос среди студентов и преподавателей БГЭУ (всего участвовало 72 респондента, среди них 18 мужчин и 54 женщины, преобладающий возраст 20 лет).

Анализ анкет показал, что 51 % опрошиваемых респондентов интересуются новинками в ресторанном бизнесе; 44 % придерживаются принципов здорового питания. Белорусский потребитель не имеет четко выраженных предпочтений (к какой-либо кухне), менее требователен к услугам и более требователен к качеству продукции общественного питания. На сегодняшний день именно инновационное преобразование торгово-производственной деятельности, использование инновационного оборудования и инновационных технологий может обеспечить повышение качества производимой продукции общественного питания и, соответственно, качества потребления.

Качество потребления рассматривается и оценивается в современных реалиях с позиции значимости как для потребителя, так и ресторатора: для первого его значимость заключается в экономии, которую получает потребитель за счет снижения расходов потребления, для второго — как возможность более эффективного функционирования за счет ускорения товарооборачиваемости, снижения неэффективных расходов и оптимального использования ограниченных ресурсов.

Таким образом, адаптация нововведений к условиям белорусского рынка хотя и является достаточно трудоемким и долгосрочным процессом, сопряженным со значительным количеством экономических рисков, но их введение — это единственно верное решение, позволяющее повысить конкурентоспособность белорусского ресторанного бизнеса.

Литература

Валевич, Р. П. Инновации в общественном питании: необходимость, реальность, перспективы / Р. П. Валевич, С. О. Белова // Потребит. кооп. — 2011. — № 4. — С. 41–47.

Н.И. Бужинская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.Л. Флерко

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

При грамотном построении программ лояльности они могут стать достойным антикризисным инструментом и повлиять на уровень продаж, то есть на доходность компании.

В качестве примера «антикризисных» функций программ лояльности можно назвать: во-первых, сокращение оттока клиентов; во-вторых, привлечение новых клиентов, а главное — привлечение высокодоходных групп; в-третьих, сокращение издержек на рекламу и маркетинговые исследования; в-четвертых, стимулирование активности постоянных клиентов.

Выделяют следующие виды программ лояльности:

1. Накопительная программа лояльности.
2. Многоярусная программа лояльности.
3. Платная программа лояльности.
4. Программы лояльности с нематериальным вознаграждением.
5. Партнерская программа лояльности.
6. Естественные программы лояльности.
7. Программы лояльности с элементами геймификации.

Рассмотрим подробнее последний вид. Игровая механика, интегрированная в программу лояльности, способна поднять к ней интерес со стороны клиентов совершенно на иной уровень.

Качественно подготовленные программы могут внести элемент шоу в рутинный процесс покупок.

Выгоды должны быть ценны и достижимы, а условия и ограничения детально проработаны, иначе вы рискуете вовлечь в участие не своих клиентов, а прайз-хантеров. Особое внимание уделите информированию внутри компании — часто о новой маркетинг-инициативе подразделениям становится известно уже после запуска.

Геймификация — это использование игровых технологий в неигровых ситуациях, когда заимствованная из традиционных игр механика применяется к необычным концепциям, например при работе с клиентами.

Поскольку расширение клиентской базы — дорогостоящее занятие, снижение оттока покупателей может оказать достаточно сильное влияние на финансовое благополучие компании. Исследователи Harvard Business Review отметили, что следствием снижения оттока клиентов на 5 % может быть увеличение прибыли на 25–90 %. Вводя игровые методы, компании пробуждают в покупателях азарт и «инстинкт соперничества» — желание заработать побольше баллов, быстрее получить подарок и т.д.

Ваша маркетинговая стратегия должна удовлетворять различные группы клиентов; досконально изучите вашу целевую аудиторию, чтобы создавать высококонверсионные компании. Только при наличии четкого образа покупателя геймификация сможет дать ощутимые результаты.

Существует несколько видов вознаграждений.

1. Очки (баллы).
2. Достижения.
3. Конкуренция.

При работе над стратегией развития бизнеса однозначно следует рассмотреть геймификацию в качестве ее возможной части: при грамотной реализации она как помогает удерживать существующих клиентов, так и способствует привлечению новых.

Выбор верной механики защитит вас от нежелательных сбоев в геймификации, а виртуальные награды — от мошенничества. Не увлекайтесь скидками и делайте персонализированные предложения.

В нынешних условиях программа лояльности — это возможность не столько повысить продажи, сколько удержаться на плаву за счет постоянных клиентов.

С.И. Василькова
М.А. Смирнова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доцент Ю.И. Марьин

ОЦЕНКА УРОВНЯ КАЧЕСТВА ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ ЧАЙНИКОВ С ТЕРМОРЕГУЛЯТОРОМ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью написания работы явилось определение уровня качества электрических чайников с терморегулятором рангово-корреляционным методом и их ранжирование.

Оценке уровня качества подверглись 14 моделей электрических чайников последних вариантов разработки, реализуемых в Республике Беларусь: «Rolsen RK 2715MD» (x_1), «Mystery MEX 1628» (x_2), «Scarlett SC-EK 24CO2» (x_3), «Midea M317C2A-E8» (x_4), «Bosch NWK

861» (x_5), «Electrolux EEWA7800» (x_6), «Oursson EK1775MD» (x_7), «Hot Point Ariston WK 24E AXO» (x_8), «Russel HOBS 20160-70» (x_9), «Redmond RK M1370» (x_{10}), «Ariete 2894» (x_{11}), «Kit Fort KT-601» (x_{12}), «Caso WK2200» (x_{13}), «Element WF11MB» (x_{14}).

Экспертная оценка проводилась по разработанной номенклатуре показателей качества, включающей 11 наименований: удельная мощность, основной материал корпуса, гарантия, устойчивость, среднее значение разницы между номинальной и фактической температурой с учетом всех режимов нагрева, время нагрева 1 литра воды до кипения, длина шнура, место для хранения шнура, наличие дисплея, автоматическое отключение при отсутствии воды, наличие звукового сигнала.

Оценка уровня качества исследуемых образцов рангово-корреляционным методом предполагает сопоставление их с идеальным (базовым), уровень качества которого принимается за 100 %. Идеальным считается такой образец, который по каждому показателю составленной номенклатуры получает наивысшую оценку (ранг 1). Сумма рангов для такого образца ($S_{ид}$) строго соответствует значению m , т.е. количеству показателей качества.

Значения уровня качества исследуемых образцов (Q_j) определялись из выражения

$$Q_j = \frac{S_{ид}}{S_j} \cdot 100 \%, \quad (1)$$

где $S_{ид}$ — сумма рангов идеального образца ($m = 11$), S_j — сумма рангов для каждого образца, j — исследуемый образец.

Результаты оценки уровня качества представлены в таблице.

Уровни качества исследуемых образцов электрочайников

Номер образца	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7
Сумма рангов Σ	38	36	52	38	20	37	39
Уровень качества Q , %	29,9	30,5	21,1	28,9	55	29,7	28,2
Номер образца	x_8	x_9	x_{10}	x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{14}
Сумма рангов Σ	44	32	40	37	27	42	28
Уровень качества Q , %	25	34,3	27,5	29,7	40,7	29,1	39,2

Таким образом, были определены уровни качества электрических чайников с терморегулятором различных брендов. Результаты показали, что наивысшим уровнем качества обладает образец № 5 «Bosch NWK 861». Данная модель чайника получила ранг 1 по следующим показателям: устойчивость, время нагрева 1 литра воды до кипения, наличие места для шнура и др. Наихудшим оказался образец № 3 «Scarlett SC-EK 24CO2» вследствие низкой устойчивости, большой разницы между номинальной и фактической температурой с учетом всех режимов, недостаточной длины шнура.

Литература

Марьин, Ю. И. Экспертная оценка технического уровня качества электротехнических изделий : практикум / Ю. И. Марьин. — Минск : БГЭУ, 2005. — 117 с.

Д.А. Вишневский
Т.П. Добролович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.Е. Свириeko

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ЖЕВАТЕЛЬНОЙ РЕЗИНКИ

Жевательная резинка — сахарное кондитерское изделие, не подлежащее проглатыванию, изготовленное с применением нерастворимой полимерной основы, массовая доля которой составляет не менее 16 % массы кондитерского изделия, с добавлением или без добавления различных пищевых ингредиентов [1, с. 12].

Жевательная резинка повседневно используется для придания свежести дыханию, защиты зубов и полости рта. На сегодняшний день жевательная резинка — неотъемлемый «аксессуар» современного человека. Несмотря на то что она была изобретена чуть больше века назад, популярность ее очень высока. В мире существует большое количество разных видов, вкусов, марок жевательной резинки. Поэтому у потребителей возникают сложности при выборе этого товара.

Целью данного исследования является выявление предпочтений потребителей при выборе жевательной резинки, а также определение соответствия товара запросам и требованиям потребителей.

Для исследования потребительских предпочтений был проведен опрос 100 человек (студентов и преподавателей БГЭУ) с применением метода анкетирования. Респондентам было предложено ответить на 13 вопросов анкеты.

Результаты опроса показали следующее:

- 33 % опрошенных используют жевательную резинку 1 раз в неделю и реже, 23 % — практически постоянно, 23 % — 2–3 раза в неделю, 16 % — 1 раз в день, а 5 % респондентов вообще не используют жевательную резинку;
- более половины активных пользователей используют жевательную резинку с целью обеспечения свежести дыхания, предпочитая мятный вкус;
- по уровню потребления лидирует жевательная резинка Dirol (43,4 % ответов активных пользователей), далее идет Orbit (36,8 % от-

ветов), на третьем месте — Eclipse (17,2 % ответов). На жевательные резинки Love is и Hubba Bubba приходится по 1,3 % ответов опрошенных;

- 78 % респондентов выбирают жевательную резинку в подушечках. Жевательная резинка в форме пластинок нравится 19 % опрошенным, в форме драже — только 3 %;

- для 61 % опрошенных потребителей оформление упаковки жевательной резинки не имеет никакого значения;

- 54 % респондентов ответили, что для них торговая марка является приоритетом при выборе жевательной резинки, а для 46 % потребителей торговая марка не имеет никакого значения;

- 36 % опрошенных стремятся покупать и пробовать новинки жевательной резинки;

- 83 % потребителей при покупке жевательной резинки не обращают внимания на наличие в ней сахара. И всего лишь 17 % интересуются данным фактором.

Таким образом, результаты проведенного исследования дают возможность формировать ассортимент жевательной резинки в торговой сети в соответствии с предпочтениями покупателей.

Литература

1. Изделия кондитерские и полуфабрикаты кондитерского производства. Термины и определения : СТБ П 2399-2015. — Введ. 01.09.2015. — Минск : Госстандарт, 2015. — 40 с.

К.А. Войтенко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.А. Леднева

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Для эффективного управления любым хозяйственным процессом необходим соответствующий механизм, который является системой воздействия на объект управления для достижения поставленной цели. Механизм управления развитием товарооборота состоит из трех элементов: организация; планирование, прогнозирование и исполнение; контроль и координация. Для успешного управления развитием розничного товарооборота необходимо осуществить его прогноз. При проведении исследования было использовано несколько методов прогнозирования, результаты которого представлены в табл. 1 (исходные данные для прогнозирования по товарообороту ТКУП «Универмаг Беларусь» были приведены в сопоставимый вид к ценам 2015 г.).

Таблица 1

Итоговая таблица прогнозных величин товарооборота

Метод прогнозирования	Прогнозная величина объема товарооборота, млн руб.	Темп роста к отчетному периоду, %
Товарооборот в отчетном 2015 г.	660 231,9	
Метод экстремумов	651 459,7	98,7
Метод удвоенных средних	851 656,0	129,0
Метод уменьшенных средних	701 003,3	106,2
Полулогарифмическая модель	719 183,7	108,9
Трендовая модель	703 156,0	106,5
Функция ЛИНЕЙН	701 003,3	106,2
Функция РОСТ	698 425,0	105,8
Функция ТЕНДЕНЦИЯ	701 003,3	106,2
Функция ЛГРФПРИБЛ	712 827,9	108,0
Функция ПРЕДСКАЗ	701 003,3	106,2
Экспоненциальное сглаживание	684 787,9	103,7

Оптимальное планируемое значение товарооборота на 2016 г. $T_{пл2016} = 702\,488,2$ млн руб. в ценах 2015 г. Планируемый товарооборот на 2016 г. с учетом инфляции составит:

- $702\,488,2 \cdot 1,12 = 786\,786,8$ млн руб. (12 % — прогноз инфляции, указанный в Основных направлениях денежно-кредитной политики на 2016 г.);

- $702\,488,2 \cdot 1,17 = 821\,911,2$ млн руб. (17 % — прогноз инфляции по ожиданию Министерства экономики Республики Беларусь).

В качестве резервов роста товарооборота в ТКУП «Универмаг Беларусь» предложены следующие мероприятия:

1. Внедрение системы лояльности (системы скидок). Экономические выгоды от реализации товаров по среднему чеку за месяц и со скидкой 1, 3, 5, 7, 9, 11 % представлены в табл. 2. Средний чек за месяц 3,9 млн, рентабельность продаж 3,4 %.

Таблица 2

Сравнение эффекта от реализации товаров без скидки и со скидкой

Показатель	1 %	3 %	5 %	7 %	9 %	11 %
Размер чека, млн руб.	4	5,5	7	8,5	10	11,5
Величина скидки, %	0,01	0,03	0,05	0,07	0,09	0,11
Величина скидки, тыс. руб.	40	165	350	595	900	1,265
Размер чека со скидкой, млн руб.	3,96	5,335	6,65	7,905	9,1	10,235
Рентабельность продаж, %	2,8	5,0	5,5	5,1	4,2	2,9

Источник: собственная разработка на основании данных ТКУП «Универмаг Беларусь», [1, с. 72].

2. Использование приемов партизанского маркетинга.
3. Обучение продавцов приемам повышения продаж.
4. Использование «висящих продавцов» и др. [2].

Механизм управления товарооборотом играет важную роль в деятельности торговой организации, поскольку с его помощью организация может влиять на развитие товарооборота для достижения текущих и стратегических целей.

Литература

1. *Ерчак, А. И.* Расчет и обоснование некумулятивных скидок за объемом покупки в розничной торговле / А. И. Ерчак // Планово-экономический отдел. — 2012. — № 11. — С. 70–74.
2. *Хаев, И. Р.* Почему клиенты не покупают ваш товар / И. Р. Хаев // Коммерческий директор. — 2013. — № 5.

К.М. Ворона
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат технических наук М.Л. Зенькова

РАЗРАБОТКА МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К СОЗДАНИЮ БИОПРОДУКТА НА ФРУКТОВО-ОВОЩНОЙ ОСНОВЕ

Одним из перспективных направлений пищевой технологии и диетологии является разработка и организация промышленного производства новых продуктов направленного действия [1]. Это связано с возникновением дисбактериозов в связи с несбалансированным питанием, что приводит к самоотравлению организма токсичными метаболитами. В связи с этим большое внимание уделяется производству продукции, обладающей пробиотическими свойствами, что позволяет выполнять лечебные и профилактические функции благодаря воздействию на организм пробиотических микроорганизмов.

Целью исследований является разработка методических подходов к созданию биопродуктов на фруктово-овощной основе с применением пробиотических культур микроорганизмов.

Экспериментальные исследования проводились в лабораториях кафедры товароведения продовольственных товаров учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет». На первом этапе разработки биопродукта на фруктово-овощной основе подобрано оптимальное сочетание рецептурных ингредиентов, а также были разработаны технологические режимы их переработки. В качестве основы для производства биопродуктов было использовано фруктовое пюре, овощное пюре, молочная основа для развития микроорганизмов и пророщенные зерна — как источник пищевых волокон. Использо-

вание растительных и молочных ингредиентов при разработке биопродуктов позволяет естественным способом обогатить продукт незаменимыми микронутриентами и значительно улучшить органолептические показатели. При подборе состава продукта учитывалось обеспечение развития пробиотических культур; поступление в организм человека пищевых волокон; высокие органолептические показатели.

В результате разработано шесть модельных образцов биопродуктов с разными рецептурными ингредиентами, представленными в виде двухслойного десерта: кисломолочная часть (молоко, сахар, пробиотические культуры) — 55 %; фруктово-овощная основа (яблочное пюре, тыквенное пюре, переработанная вишня, сахар) — 44 %; пророщенные зерна гречихи — 1 %.

Следующим этапом разработки биопродукта было предоставление опытных образцов для фокус-дегустаций. В ходе проведенных дегустаций по полученным данным была сформирована панель дескрипторов, строящаяся графически по ароматическим, вкусовым и текстурным профилям продукта-новинки. Далее выстраивался комплексный графический портрет «идеального биопродукта», обладающий максимальной конкурентоспособностью по отношению к продуктам-конкурентам.

В результате проведенных испытаний была создана методика разработки нового продукта, которая позволяет создать востребованный целевой аудиторией продукт-новинку с заранее заданными высокими потребительскими свойствами; наглядно демонстрирует качественные характеристики; экономит маркетинговый бюджет предприятия при разработке продукта-новинки за счет конкретизации востребованных органолептических свойств продукта в ходе фокус-дегустации.

Литература

1. *Пасько, О. В.* Разработка технологии творожного биопродукта / О. В. Пасько, Н. А. Смирнова // Пищевая промышленность. — 2012. — № 1. — С. 42–43.
2. *Артюхова, Л. М.* Использование пробиотиков и пребиотиков в биотехнологии производства биопродуктов : монография / Л. М. Артюхова. — М., 2010. — 109 с.

В.Ю. Гурская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.Н. Лапина

ГРЕЙДОВАЯ СИСТЕМА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ТРУДА

В современных условиях практическим инструментом, который дает возможность произвести оценку должностей, является грейди-

рование. Изучение подходов к внедрению системы грейдов является актуальным для организаций, так как вопросы оптимизации систем оплаты труда, а также создания дополнительных условий для карьерного роста всегда важны.

В научной литературе понятие «грейд» представляет собой установленный интервал «весов» или рангов, внутри которого должности считаются равнозначными для организации и имеющими один диапазон оплаты (тариф).

Система грейдов строится на расположении профессий и должностей работников организации по грейдам в зависимости от сложности и напряженности труда, его условий, уровня квалификации работников [1].

Грейдирование позволяет построить иерархию должностей в зависимости от их ценности для бизнеса и разработать соответствующую систему оплаты труда, точнее, базового вознаграждения, которое сотрудники получают за выполнение должностных обязанностей на «требуемом» уровне.

По мнению автора, методику определения величины заработной платы на основе системы грейдов можно представить как последовательность этапов. Первый этап представляет собой определение критериев оценки должностей (управление работниками, обязанности и ответственность, сложность работы, опыт работы). В пределах общей суммы баллов производится оценка их значимости. На втором этапе устанавливаются уровни оценивания должностей, которые отражают степень причастности конкретной должности к определенным критериям оценки с учетом личного вклада работника. Третий этап предполагает распределение факторов по уровням, каждый из которых имеет свою характеристику. На четвертом этапе определяется ценность каждой должности. Суммарная оценка показывает ценность каждой должности в организации. На пятом этапе формируются квалификационные группы — грейды. По результатам суммарной оценки должностей они объединены в квалификационные группы по оплате труда (грейды). На шестом этапе рассчитываются интервалы межквалификационных соотношений. Интервалы межквалификационных соотношений определяют путем установления минимального и максимального коэффициента для каждого грейда. На седьмом этапе определяется размер базовой величины и диапазоны окладов. Установленные коэффициенты переводят в диапазоны окладов путем умножения минимального и максимального коэффициентов на установленную в организации базовую заработную плату. Диапазон окладов применяют для мотивации работников к более напряженному труду.

К недостаткам грейдовой системы можно отнести необходимость привлечения экспертов по внедрению, также значительные расходы для формирования, внедрения и дальнейшего поддержания рабочего состояния системы, сложность в оценке должностей, наличие психо-

логических проблем при разработке условий по перемещению сотрудников между грейдами.

По мнению специалистов, грейдинг в большей степени актуален для активно развивающихся организаций, поскольку процесс развития следует каким-то образом упорядочивать и структурировать, в том числе в должностях и в иерархии для исключения проблем в коммуникации, движении информации, скорости принятия решений. Введение грейдовой системы в крупных организациях позволяет поставить четкие границы в вопросах распределения власти, эффективного управления фондом заработной платы труда, обеспечивает рост мотивации сотрудников и снижение текучести кадров.

Литература

1. Об утверждении Рекомендаций по применению гибких систем оплаты труда в коммерческих организациях [Электронный ресурс] : постановление М-во труда и соц. защиты Респ. Беларусь, 21 окт. 2011 г., № 104 // Эталон-Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2013.

А.Э. Каплич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С. О. Белова

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТИМУЛЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРООБОРОТА КАФЕ «УЮТ»

Товарооборот является одним из основных показателей оценки результативности деятельности организации общественного питания. От его величины зависят размер получаемых доходов и прибыли, возможности дальнейшего развития организации, повышения ее имиджа и конкурентоспособности. Достижение высоких показателей товарооборота зависит от эффективности приемов и средств стимулирования его развития.

Стимулирование развития товарооборота может осуществляться посредством стимулирования потребителей и персонала. Стимулирование потребителей осуществляется с целью завоевания их лояльности к конкретной организации питания. Различают ценовые и неценовые приемы и средства стимулирования потребителей: ценовые связаны со снижением цены на продукцию общественного питания, предоставляемые товары и услуги (скидки в определенные часы работы, сезонные скидки, дисконтные, бонусные карты); неценовые включают подарки для потребителей, дегустации, специальные бонусы, Event — маркетинг и др. [1, с. 24].

АНАЛИЗ ПОКУПАТЕЛЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА Г. МИНСКА

Стимулирование персонала связано с формированием заинтересованности в реализации продукции общественного питания и товаров. Различают материальные и нематериальные стимулы. К первым относятся: заработная плата, надбавки, премиальные системы и прочее; ко вторым — награждения грамотами, размещение фотографии на Доске почета, предоставление комфортных условий труда, возможность профессионального роста и др. [2].

Использование приемов и способов стимулирования развития товарооборота было рассмотрено на примере кафе «Уют». Анализ показал, что за 2015 г. товарооборот в действующих и сопоставимых ценах увеличился на 46,4 и 31,5 % соответственно по отношению к 2014 г. При этом кафе ведет пассивную политику стимулирования товарооборота, так как объект питания находится в сельской местности и создан с целью формирования культуры питания и удовлетворения населения агрогородка в услугах общественного питания. Соответственно, были предложены следующие приемы стимулирования потребителей, такие как предоставление скидок в виде купонов, поощрение постоянных клиентов, дегустации.

Кроме того, оценка действующей системы премирования работников показала, что она недостаточно стимулирует объем продаж в кафе «Уют» и заинтересованность работников, поэтому для официантов, барменов и повара была предложена новая гибкая система оплаты труда — комиссионная, разработка которой предусматривает установление базовой заработной платы и размера комиссионных вознаграждений в зависимости от объема производства, продаж и товарооборота. На первом этапе устанавливались базовые оклады для каждой категории работников. Второй этап представляет собой разработку комиссионных вознаграждений в процентном соотношении к товарообороту. На третьем этапе рассчитывается итоговая заработная плата работников с учетом двух предыдущих этапов (базовый оклад суммируется с комиссионным вознаграждением).

Таким образом, предлагаемая система стимулирования развития товарооборота позволяет мотивировать сотрудников к повышению трудовой активности, привлекать внимание большего числа посетителей и, в конечном счете, повысить результативность деятельности кафе «Уют».

Литература

1. *Статт, Д.* Психология потребителя / Д. Статт. — СПб. : Питер, 2009. — 231 с.
2. Нематериальное стимулирование [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.pmguidе.info/2012/02/blog-post_27.html. — Дата доступа: 06.04.2016.

Человек является главным субъектом экономики и потребительского рынка. В связи с этим анализ покупателей потребительского рынка является неотъемлемым звеном при изучении как потребительского рынка, так и экономики в целом.

Численность населения г. Минска непрерывно растет, на конец 2014 г. она составляла 1938,2 тыс. человек, что составляет 20,4 % населения республики. В 2014 г. трудовые ресурсы составили 72,6 % всей численности населения. За прошедшие 10 лет удельный вес лиц старше и младше трудоспособного возраста, занятых в экономике, растет и составил 9,0 % (в 2005 г. 6,9 %). Экономически активными являются 1091,1 тыс. чел, из них 1800 чел. — официально зарегистрированные безработные. Численность экономически активного населения уменьшилась относительно предыдущего года. Средний возраст работников организаций увеличивается и за 2014 г. составил 40,7 года. В Республике Беларусь 58,05 % занятого населения реализует себя в сфере услуг и лишь 41,95 % — в сфере производства (в 2005 г. 49,98 % — в сфере услуг, 50,02 % — в сфере производства). Удельный вес занятого населения в частной форме собственности увеличивается и составляет 61 % в г. Минске, также увеличивается удельный вес иностранной формы собственности — 6 % (по республике в целом 3,23 %).

Денежные средства являются основным источником располагаемых ресурсов в г. Минске (97,8 %), остальные (1,6 %) — это стоимость потребленных продуктов питания, произведенных в личном подсобном хозяйстве. В 2014 г. денежные доходы населения г. Минска составили 1 555 613,6 млрд руб. (30 % доходов населения республики). Основным источником дохода является оплата труда. В 2015 г. ее удельный вес составил 65,4 % (в 2005 г. — 71,21 %, в 2011 г. — 69,9 %). Наблюдается рост удельного веса доходов от собственности, в 2015 г. он составил 6,0 %. Удельный вес доходов за счет выплаченных трансфертов населению также увеличился: 2005 г. — 14,2 %, 2010 г. — 13,7 %, 2014 г. — 16,47 %. За пять последних лет наблюдается уменьшение удельного веса доходов населения от предпринимательской деятельности и иной деятельности, приносящей доход, с 14,5 до 8,3 %. Наиболее резкое падение произошло в 2014 г. (в 2013 г. — 11,3 %, 2014 г. — 8,9 %). При этом в 2013 г. доля прочих доходов составляла 0,1 %, в 2014 г. — 4,2 %. Это может означать развитие «теневой» экономики. Темп роста доходов населения замедляется, что является сдерживающим фактором развития потребительского рынка.

Анализ расходов населения предыдущих периодов показал, что показатели расходов домашних хозяйств в расчете на одно домашнее хозяйство в г. Минске выше, чем по республике, в 1,4 раза. При анализе структуры и динамики расходов домашних хозяйств необходимо заметить рост удельного веса расходов домашних хозяйств на покупку продуктов питания с 2011 г. (что связано с мировым финансовым кризисом), в 2014 г. составил 36,7 %.

Все изложенное выше позволяет сделать вывод, что потребительский рынок г. Минска оказывает существенное влияние на потребительские рынки других городов и близлежащих поселков, а также на потребительский рынок республики в целом, его состояние и перспективы. Наблюдается старение нации, изменение состава и структуры доходов населения. Все перечисленное выше непосредственно влияет на объемы и структуру потребления населения. Таким образом, для полного анализа состояния потребителя необходимо сопоставлять динамику населения, его структуру, источники и динамику доходов, уровни и динамику показателей потребления и сбережения, качество потребляемых продуктов, их структуру (в соответствии с изложенными выше показателями).

Литература

Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. — Дата доступа 07.04.2016.

Д.С. Купрейчик
А.В. Солодка
БГЭУ (Минск)

*Научные руководители — кандидат технических наук В.Г. Зарапин,
А.В. Попов*

РЕНТГЕНСПЕКТРАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗОЛОТОСОДЕРЖАЩИХ ЮВЕЛИРНЫХ СПЛАВОВ

Методы анализа золота и других драгоценных металлов применяются в ювелирной промышленности для входящего контроля состава ценных металлов.

Целью данного исследования является проведение рентгеноспектрального анализа химического состава золотосодержащих ювелирных сплавов для выявления возможной фальсификации образцов.

Исходя из цели были поставлены следующие задачи: изучить рентгеноспектральные методы анализа химического состава сплавов; провести анализ химического состава образцов; определить фальсификаты, если такие имеются.

Для анализа химического состава были выбраны 3 образца. Предположительно два образца представляли собой фрагменты золотых цепочек, а образец № 3 — золотая цепочка 583-й пробы.

Анализ образцов проводили на электронном микроскопе Jeol (Япония), снабженном приставкой для проведения рентгеноспектрального анализа. При сканировании излучения появляется рисунок снятого спектра в виде графика. Наличие в спектре тех или иных линий говорит о присутствии соответствующих химических элементов.

В спектре образца № 1 присутствуют рентгеновские линии, принадлежащие меди, серебру и золоту, линий других элементов не обнаружено.

В спектре образца № 2 присутствуют рентгеновские линии, принадлежащие меди, серебру и золоту, линий других элементов также не обнаружено.

В спектре образца № 3 присутствуют рентгеновские линии, принадлежащие меди, серебру и золоту, а также обнаружены линии цинка. Содержание золота в данном сплаве составляет 55,75 %, что меньше, чем требуемое (58,3 %) содержание для золотого сплава данной пробы. Кроме того, обнаруженное количество цинка (2,58 %) в сумме с количеством обнаруженного золота составляют примерно необходимое для маркированного содержания золота ($55,75 + 2,58 = 58,33$ %), т.е., возможно, имеет место фальсификация истинного содержания золота в исследованном ювелирном сплаве.

Таким образом, использование метода рентгеноспектрального анализа позволяет не только быстро и точно определять содержание золота в ювелирных сплавах, но и наличие других элементов без разрушения образца. Данный метод анализа можно рассматривать как наиболее перспективный из применяемых в настоящее время.

Литература

Матвейко, Н. П. Основы материаловедения : пособие / Н. П. Матвейко, В. Г. Зарапин, В. В. Садовский. — Минск : БГЭУ, 2009. — 289 с.

Руководство по химическому анализу платиновых металлов и золота / С. И. Гинзбург [и др.]. — М. : Наука, 1965. — 314 с.

Проботбирание и анализ благородных металлов : справочник / И. Ф. Барышников [и др.]. — М. : Металлургия, 1978. — 432 с.

М.П. Ловец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.В. Попов

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Современная косметическая промышленность — стабильно развивающаяся отрасль мировой экономики. Это один из крупнейших потребительских рынков Европы. Темпы его роста в среднем составляют 10–15 %. Но несмотря на то что рынок достаточно быстро насыщается предложением, еще долгое время будет сохраняться перспектива для его развития [1].

Темпы прироста мирового косметического рынка на протяжении последних десяти лет сохраняют положительную динамику. Несмотря на то что в целом экономика Республики Беларусь является нестабильной, динамика роста продаж в отрасли показывает, что косметическая промышленность устойчиво развивается даже в кризисные для мировой экономики периоды, что заключается в так называемом эффекте «губной помады» — росте продаж косметики и парфюмерии в условиях экономического кризиса [2].

Одним из современных путей продвижения косметической продукции является нативная реклама — создание более естественного и менее навязчивого рекламного обращения. Редакция в соавторстве с брендом может создать хороший интерактивный материал. В 2015 г. этим интерактивом стали тесты.

Например, в проекте «Тест: Макияж какой звезды вам подходит?» для белорусского косметического бренда Relouis пользователи портала Lady.tut.by могли пройти тест из 10 вопросов, связанных с их предпочтениями. В середине вопросов они получали ненавязчивую информацию о продукте партнера, которая помогала им в прохождении теста. По окончании теста выводился результат с развернутым ответом и рекомендацией, как воспроизвести макияж с помощью продуктов Relouis (с гиперссылками на сайт партнера). В результате за первые сутки публикации новость набрала 26 656 просмотров, при этом ее активно читали еще на протяжении трех месяцев [3].

Еще один способ продвижения косметической продукции на рынок — бьюти-блоггинг. Это вид блоггинга, посвященный обзору последних коллекций макияжа, отслеживанию бьюти-трендов; публикации новостей индустрии красоты и моды, экспертных оценок каких-либо продуктов, пользовательских обзоров средств косметики, а также просто полезной для читателя информации в рамках бьюти-индустрии. Однако брендов, которые работают с бьюти-блогерами в Беларуси, единицы.

Одним из условий обеспечения конкурентоспособности косметической продукции в современных реалиях является ее инновацион-

ность. Также стоит заметить, что в ближайшие несколько лет ожидается сокращение косметической продукции, содержащей искусственные ингредиенты. Органическая ориентация косметической продукции становится наиболее сильным конкурентным преимуществом в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Глобальный рынок косметики 2014: результаты, динамика, прогнозы и бренды [Электронный ресурс] // Аналитический портал «InterCharm.net». — Режим доступа: <http://www.intercharm.net/> — Дата доступа: 04.04.2016.
2. Можно ли ожидать эффекта «губной помады» в 2016 году [Электронный ресурс] // Исследовательское агентство M.A.RESEARCH. — Режим доступа: <http://ma-research.ru/> — Дата доступа: 02.04.2016.
3. Нативная реклама в белорусских медиа: обзор лучших кейсов [Электронный ресурс] // Рекламный совет. — Режим доступа: <http://sovetreklama.org/> — Дата доступа: 01.04.2016.

В.Л. Люля
Д.О. Гирко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.Н. Лапина

ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В Г. СМОРГОНЬ

Мировой рынок мебели является динамичным и глубоко дифференцированным рынком со значительным уровнем конкуренции. Для него характерны высокие ежегодные темпы роста емкости и промышленного производства, активизация процессов импорта и экспорта мебельной продукции.

Ежегодно в Беларуси экспортируется около 45–60 % произведенной мебели. При этом объем экспорта мебельной продукции из Беларуси превышает объем импорта более чем в 3 раза. В 2014 г. экспорт составил 506 млн дол. США (1,4 % роста к 2013 г.).

Производство мебели в Республике Беларусь является основой деревообрабатывающей промышленности страны. Запасы готовой продукции на мебельных предприятиях на 1 января 2015 г. составили 662,4 млрд бел. руб., что выше уровня 2013 г. на 17,3 п.п. [1].

Характерными проблемами для предприятий мебельной отрасли Беларуси являются подорожание сырья в 1,3 раза; многие комплектующие приходится покупать за рубежом, что обуславливает высокую стоимость комплектующих и материалов.

В настоящее время характерной тенденцией для мебельного рынка Беларуси является сосредоточение деревообрабатывающих предприятий на поиске новых рынков сбыта и создание кластеров. Кластеры применяют в организациях, которым нужна круглосуточная и бесперебойная доступность сервисов и где любые перерывы в работе нежелательны и недопустимы.

Мебельный кластер планируется создать в Сморгони на базе СЭЗ «Гродноинвест». Инициаторами создания кластера выступает компания Kronospan, страна-производитель: Польша.

Организации, которые войдут в состав кластера, смогут пользоваться льготами и преференциями, которые предоставляются СЭЗ «Гродноинвест», поскольку границы свободной экономической зоны распространены на участки в Сморгони.

В настоящий момент в СЭЗ «Гродноинвест» действует 75 предприятий-резидентов, где работает 18 000 человек.

За 13 лет функционирования СЭЗ «Гродноинвест» привлечено 1 млн дол. инвестиций из 35 стран мира.

Средняя рентабельность продукции — 24 %.

Суммарные инвестиции Kronospan в предприятие в Сморгони в 2011–2015 гг. превысили 390 млн евро. При этом объем экспорта продукции за 2011–2015 гг. превысил 130,3 млн дол. США. Доля экспорта в общем объеме реализации продукции составляет 74 % [2].

Кроноспан стремится к созданию экспортоориентированного центра по производству мебели и продуктов на основе древесины. Благодаря данному объединению производители кластера получают доступ ко всем необходимым производственным компонентам. Кроноспан прилагает все усилия к тому, чтобы обеспечить локальное производство материалов, и предоставляет доступ к широкому выбору декоров, что чрезвычайно важно для современного производства мебели.

Кроме того, кластеризация позволит совершенствовать систему управления конкурентоспособностью предприятий по производству мебели на разных уровнях, обеспечить доступ к инновациям, технологиям, специализированным услугам и привлечь высококвалифицированных кадров, а также снизить транзакционные издержки и иные затраты.

Литература

1. Производство мебели — основа деревообрабатывающей промышленности Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://doingbusiness.by>. — Дата доступа: 04.04.2016.

2. Проект по созданию кластера [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.pac.by>. — Дата обращения: 04.04.2016.

А.А. Мисько

С.Н. Сергеева

БГАТУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат биологических наук Л.А. Расолько

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТОРГОВЛИ

Основная задача производства — произвести товар, который найдет своего покупателя, а задача сбыта — продать то, что производится. Исходя из этого можно сделать вывод, что производство и сбыт — это две руки предприятия, которые должны работать согласованно. На производство ложится задача — своевременно реагировать на изменение покупательского спроса и поставлять к реализации тот ассортимент, который востребован, и в том количестве, которое необходимо. Исходя из вышеизложенного цель работы — на примере производственно-сбытовой деятельности ОАО «Минский молочный завод № 1» и ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» предложить направления повышения эффективности сбыта молочной продукции.

Сегодня вышеназванные предприятия активно позиционируют свои торговые марки — «Первый молочный», «Славянские традиции», «Молочная страна», «Депи» (серия молочных продуктов для детей). Эти торговые марки уже завоевали весомые позиции в своих сегментах рынка, они имеют узнаваемость и популярность. Многие продукты этих торговых марок имеют награды на столичных выставках и международных форумах и активно продвигаются в своем ценовом сегменте. Необходимо и далее уделять внимание ассортиментной политике, охватывать такие направления, как появление новых видов продукции, расширение ассортиментного ряда, снятие с производства убыточной продукции.

Для ознакомления потребителей с новыми видами продукции, а также для поддержания стабильного спроса на уже имеющийся ассортимент специалистам предприятия необходимо проводить дегустации-презентации в торговой сети. На основании предложений и пожеланий покупателей на таких дегустациях-презентациях вносятся изменения в ассортиментный перечень продукции, выпускаемой предприятием. С целью повышения эффективности торговли молочными товарами на молочных предприятиях нужно провести следующую работу: планировать организацию грамотной рекламы, участвовать в выставках, ярмарках, совершенствовать систему сбора заявок; изучать качественные характеристики и дизайн упаковки продукции конкурентов. При этом учитывать, что будущее за нанопакетками.

Для оптимизации ассортимента и обеспечения полного цикла переработки молока необходимо наладить производство сухого обезжиренного молока (СОМ), сухой сыворотки, творога глубокой заморозки, масла кисло-сливочного, шоколадного, любительского.

Таким образом, стратегия производственно-бытовой деятельности перерабатывающих предприятий агропромышленного комплекса должна строиться на основе анализа текущей динамики сбыта, изучения и формирования спроса и нахождения новых ниш для продукции, в том числе и в уже освоенных сегментах рынка.

Литература

Технология производства и реализации пищевой продукции : учеб. пособие / А. А. Бренч [и др.]. — Минск : ИВЦ Минфина, 2016. — 399 с.

Д.В. Орлова
Ж.С. Пантелеева
Минск (БГЭУ)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.Л. Флерко

АРОМАМАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

В современном мире реклама является самым эффективным средством продвижения любого бизнеса, ресторанный бизнес в данном случае не исключение [1]. Но прямая и направленная «в лоб» реклама легко вычлняется потребителем и чаще всего игнорируется. Поэтому рекламный рынок начинает пускаться в ход более изощренные маркетинговые механизмы. Аромамаркетинг — один из них. Аромамаркетинг — мощный маркетинговый инструмент, целенаправленная ароматизация воздуха для стимулирования продаж и положительного влияния на клиента.

Цель работы: изучение влияния аромамаркетинга на лояльность потребителей.

Маркетинговые исследования показывают, что у аромамаркетинга есть ряд преимуществ:

- человек испытывает 71 % всех эмоций, основываясь только на обонянии;
- благодаря аромату продажи можно увеличить на 7–27 %;
- растёт повторная посещаемость целевых точек на 15–20 %;
- покупатели задерживаются дольше в целевых точках на 15–20 %;
- спрос на предоставляемые услуги и товары увеличивается на 10–25 % [2].

В Европе и США его активно применяют уже на протяжении более двадцати лет, а в нашей стране услуги по аромамаркетингу различным магазинам на сегодняшний день предлагают всего лишь несколько компаний: Арома-Стиль и Ароматик. Стоимость оборудования зависит от места применения, страны-производителя, а также от

результата, которого хотят добиться клиенты. Варьируется она от 10 до 30 тыс. евро. Стоимость расходных материалов — арома-жидкости, картриджей, аэрозольных баллончиков — 15–30 евро.

Самый яркий пример успешного аромамаркетинга — это сеть ресторанов быстрого питания McDonalds, на сегодняшний день в Беларуси таких ресторанов 10. Также мы сами стали участниками эксперимента и решили испытать действие аромамаркетинга на себе. Заходя в заведение мы попробовали задержать дыхание, чтобы понять, возникает ли желание купить что-либо. В течение 10 секунд пребывания мы поняли, что ощущения совсем не такие, когда мы пользуемся своим обонянием. Далее мы решили проверить вкусовые качества продукции тем же самым методом. Позже поняли, что картофель совсем не такой ароматный, а скорее безвкусный; котлета в гамбургере не сочная, а скорее тянущаяся.

Исследования четко показывают, что аромат действительно воздействует на покупательскую активность потребителя. В упрощённом виде эту цепочку можно представить следующим образом: «Запах → Эмоции & Образы → Ассоциации → Настроение → Поведение → Чек». То есть абсолютно верным можно считать утверждение «Аромат способствует покупкам»; но не «заставляет покупать» [3]. Популярность аромамаркетинга набирает обороты. На данный момент его использование даёт исключительное конкурентное преимущество в силу того, что не является массовым явлением и потребителям это интересно.

Литература

1. Аромамаркетинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://academyrestaurantbusiness.ru/>. — Дата доступа: 25.02.2016.
2. Аромамаркетинг — инструмент современного маркетинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://aromaline.by/>. — Дата доступа: 25.02.2016.
3. Аромат и продвижение [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.aromareklama.ru/>. — Дата доступа: 24.02.2016.

М.В. Потапко
А.В. Гришковец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Белова

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕТИ ОБЪЕКТОВ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сегодня рынок белорусского общественного питания находится в процессе развития. Несмотря на снижение физического объема про-

даж, сеть объектов общественного питания продолжает развиваться: в 2014 г. в Республике Беларусь насчитывалось 12 179 объектов на 763,2 тыс. мест; меняются состав и структура сети: сокращается количество столовых (на 360 объектов), ежегодно увеличивается количество ресторанов, баров и кафе (по сравнению с 2005 г. их общее количество увеличилось на 601 объект).

В региональном разрезе объекты общественного питания расположены неравномерно: больше всего объектов располагается в г. Минске. Их число составляет 2372 единицы — это 19,48 % в их общем количестве. Удельный вес объектов в остальных областях колеблется от 8,4 до 15,58 %. Наибольшее количество объектов общественного питания располагается в городах — 70,1 %.

Преобладающей формой собственности объектов общественного питания в Республике Беларусь является частная — 63,1 %, сохраняется существенный удельный вес объектов государственной формы собственности — 34,5 %, однако ежегодно его доля сокращается (по сравнению с 2005 г. число объектов, принадлежавших государственной собственности, уменьшилось на 5,9 %). Увеличивается доля объектов питания иностранной формы собственности, но для республики все еще характерно слабое проникновение иностранного капитала, всего лишь 2,4 %.

Большинство заведений расположено в центре городов, их концентрация начинает снижаться по мере приближения к окраинам, что обусловлено соответствующим развитием инфраструктуры. Типы и форматы объектов питания развиваются с учетом «специфики зон», в которых они располагаются: промышленная (столовые, закусочные, различные магазины кулинарии), жилищно-административная (студенческие и школьные столовые, кафе, рестораны, бары), коммунально-складская (фабрики-заготовочные, комбинаты полуфабрикатов, специализированные цехи по выработке полуфабрикатов), зона отдыха (сезонные предприятия, закусочные, бары).

Для обеспечения территориальной и ценовой доступности объектов питания населения в Республики Беларусь введен социальный стандарт (обеспеченность местами в общедоступной сети на 1000 чел.). Показатель обеспеченности местами в общедоступной сети в расчете на 1000 жителей в Беларуси находится в границах нормы. В Минске обеспеченность на 1000 жителей составляет 42,6 места, в областях этот показатель не превышает 37,7.

Таким образом, в республике развитие и размещение сети объектов ресторанного бизнеса в целом осуществляются в соответствии с мировыми тенденциями. Перспективным является открытие таких заведений, как пабы, кофейни, кафе и объекты питания, целевой аудиторией которых являются дети и молодежь. Реализация государственной политики в области регулирования сети ОП направлена на преодоление таких негативных тенденций, как неравномерное распределение объектов ОП по регионам республики и слабое проникновение иност-

ранного капитала. Их преодоление даст возможность существенно активизировать развитие общественного питания в Беларуси.

Литература

Статистический ежегодник / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; пред. редкол. И. В. Медведева. — Минск, 2015. — 369 с.

И.В. Ротанова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.Н. Лапина

СПЕЦИФИКА МЕХАНИЗМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь проблема увеличения денежных поступлений в бюджет государства за счет повышения ставки акцизного налога на табачные изделия является весьма актуальной. В современных условиях производителям табачных изделий приходится значительно повышать цены на свою продукцию, что приводит к снижению ее привлекательности на потребительском рынке. Это обуславливает необходимость поиска производителями табачных изделий возможных путей оптимизации механизма ценообразования с целью уменьшения чувствительности покупателей к повышению цен и предотвращения снижения объемов продаж.

В этой связи было проведено исследование влияния ценообразующих факторов на механизм ценообразования на рынке табачных изделий Республики Беларусь. Объектом исследования явилось ОАО «Гродненская табачная фабрика «Неман». Данная организация осуществляет формирование отпускных цен на табачные изделия на основе затратного механизма ценообразования, а также, согласно действующему в Республике Беларусь законодательству, имеет право устанавливать максимальные розничные цены на табачные изделия, а именно сигареты с фильтром.

За основу исследования были взяты сигареты с фильтром первой ценовой группы наименования «ФЭСТ», второй ценовой группы — Pall Mall и третьей ценовой группы — Kent. В качестве ценообразующих факторов, оказывающих влияние на прибыльность табачных изделий, были выделены: увеличение цен на импортное табачное сырье, напрямую зависящих от курса национальной валюты, увеличение стоимости акцизной марки, увеличение расходов на оплату труда и увеличение ставок акцизного налога. В результате исследования было выявлено, что наибольшее влияние факторов отражается на максимальной розничной цене сигарет третьей ценовой группы

(Kent) и наименьшее — по первой ценовой группе («ФЭСТ»), что обусловлено большими затратами, закладываемыми в более дорогие марки сигарет повышенного качества. Значительное влияние на изменение максимальных розничных цен по трем ценовым группам оказал такой фактор, как рост акцизного налога, который продолжает расти с начала 2016 г. Под влиянием данного фактора в ОАО «Гродненская табачная фабрика «Неман» за 2012 г. — апрель 2016 г. наблюдается значительный рост максимальных розничных цен на сигареты с фильтром как по собственным маркам, так и выпускаемым по контрактному производству, в среднем в 2,3–3,0 раза.

В целях совершенствования механизма ценообразования целесообразно рассмотреть возможность применения метода маржинального дохода при формировании максимальной розничной цены. Данный метод предполагает распределение общепроизводственных и иных косвенных затрат пропорционально маржинальному доходу на единицу продукции в порядке, установленном учетной политикой организации. Оценка возможности применения данного метода показала, что на сигареты первой ценовой группы возможно снижение максимальной розничной цены на 100 бел. руб. с одной пачки сигарет, что будет способствовать увеличению объемов продаж. Если данный результат от применения сопоставить с имеющимися объемами производства и продаж предприятия, сумма экономии существенно отразится на результатах хозяйственной деятельности организации. Однако применение данного метода не повлияло на изменение максимальной розничной цены марки сигарет Pall Mall, отклонение составило 0 бел. руб. с пачки сигарет. Для сохранения уровня рентабельности марки третьей ценовой группы (представитель Kent) требуется повышение максимальной розничной цены на 100 бел. руб.

Таким образом, применение данного метода позволяет снизить максимальные розничные цены ОАО «ГТФ «Неман» лишь на продукцию по первой ценовой группе.

М.А. Сонгин
А.Э. Смоленский
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доцент Ю.И. Марьин

ОЦЕНКА УРОВНЯ КАЧЕСТВА ЭЛЕКТРОСОКОВЫЖИМАЛОК, РЕАЛИЗУЕМЫХ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Оценка уровня качества электросоковыжималок (ЭС) производилась по методике, разработанной на кафедре товароведения непродовольственных товаров [1, с. 21].

Исследованию подверглись 8 моделей ЭС различных зарубежных производителей, приведенных в табл. 1.

Таблица 1

Бюллетень уровня качества электросоковыжималок

Место распределения	X_j	Модель	Уровень качества, %
1	X_8	ProfiCook PC-AE 1001	74,3
2	X_4	Bosch MES3000	70,3
3	X_6	Vitek VT-1614 ST	65,0
4	X_1	Scarlett IS-570	63,4
5	X_2	Gorenje JC8000A	60,5
6	X_5	Delta DL-0226	56,5
7	X_7	МЭЗ Садовая	54,2
8	X_3	Vigor HX3216	52,0

Экспертная оценка уровня качества изделий производилась по номенклатуре потребительских признаков, включающей 26 наименований: количество скоростей, вес, длина шнура, объем резервуара для сока, размер горловины, тип управления, объем резервуара для мякоти, материал резервуара для сока, материал корпуса, материал ножа, материал резервуара для мякоти, материал фильтра, прямая подача сока, импульсный режим, толкатель, круглая горловина, использование целых плодов, индикатор уровня сока, сепаратор для пены, автоматический выброс мякоти, защита от случайного включения, прорезиненные ножки, насадки, загрузочный лоток, щеточки для чистки, гарантийный срок.

Значения уровня качества исследованных ЭС определялись из выражения:

$$Q_j = \frac{S_{\text{ид}}}{S_j} \cdot 100 \%,$$

где Q_j — значение уровня качества конкретной модели ЭС; $S_{\text{ид}}$ — сумма рангов идеального образца; S_j — сумма рангов для каждого образца.

По результатам всех подсчетов была получена табл. 2, демонстрирующая результаты оценки уровня качества ЭС.

Таблица 2

Результаты оценки уровня качества ЭС

Модель ЭС	X_j	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8
Сумма рангов	Σ	41	43	50	37	46	40	48	35
Уровень качества	Q, %	63,4	60,5	52,0	70,3	56,5	65	54,2	74,3

Наилучшим оцениваемым образцом оказалась ЭС ProfiCook PC-AE 1001 (X_9) с уровнем качества 74,3 %. Данная модель получила ранг 1 по следующим показателям: количество скоростей, длина шнура, тип управления и т.д. На втором месте по результатам подсчета уровня качества оказалась модель Bosch MES3000 (X_4). Модели X_7 , X_5 , X_3 имеют низкие показатели из-за большого веса и малого объема резервуара для сока.

Предоставленные данные позволяют выделить реальную базовую модель ЭС на рынке Беларуси — X_8 , характеризующуюся высоким значением Q (74,3 %), что делает ее эталоном при сопоставлении с появляющимися новыми образцами.

Литература

1. *Марьин, Ю. И.* Экспертная оценка технического уровня качества электротехнических изделий : практикум / Ю. И. Марьин. — Минск : БГЭУ, 2005. — 21 с.

К.М. Сухалет
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Р.П. Валевич

ОЦЕНКА СОГЛАСОВАННОСТИ НАПРАВЛЕНИЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ БЕЛАРУСИ И РОССИИ

Устойчивое развитие потребительского рынка основано на устойчивом развитии экономики страны. Устойчивое развитие по Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2020 года — это организация функционирования общества, государства, экономики на принципах устойчивости, обеспечивающих предупреждение и нейтрализацию внешних и внутренних угроз. Следуя социальному императиву развития, который заключается в развитии человека и удовлетворении его потребностей, становится ясно, что обеспечение устойчивого развития экономики и человека невозможно без постоянного развития потребительского рынка и, следовательно, торговли в частности.

В целях экономии средств и повышения результативности деятельности торговых субъектов важно обеспечивать сопоставимость прогнозов и решений всех стран — членов ЕАЭС. Особенно важно обеспечить сопоставимость направлений развития субъектов потребительского рынка Беларуси и России, для которых характерен процесс взаимобмена покупательскими потоками, наличие общих границ и программ развития экономик.

Оценку согласованности управленческих решений по развитию потребительского сектора необходимо проводить по следующим направлениям (табл. 1).

Таблица 1

Направления, указанные в Стратегии развития

Показатели, установленные в Стратегии/Концепции развития	Республика Беларусь	Российская Федерация
Темп роста товарооборота, %	170–180	114,6–121,4
Объем товарооборота к 2015 г.	110 270,5 – – 116 757 млрд руб. (в ценах 2010 г.)	79,5–100,0 трлн руб. (к 2020 г. 111,7 – – 163,5 трлн руб.)
Доля сектора в ВВП, %	Не установлена	20 %
Размер площадей	до 4427 тыс. м ²	Не установлен
Темп роста производительности труда, %	170	122,5–125,8
Количество торговых объектов	До 39,2 тыс. ед.	Не установлена

Концепция развития внутренней торговли и общественного питания на период с 2016 г. по 2020 г. находится на утверждении.

Для оценки достижений на внутреннем потребительском рынке ввиду разных валют в данных странах целесообразно использовать среднегодовые темпы роста основных показателей состояния торговли за период 2011–2015 гг. (табл. 2).

Таблица 2

Сравнение показателей с помощью среднегодовых темпов роста

Показатели, установленные в Стратегии/Концепции развития	Республика Беларусь	Российская Федерация
Темп роста объема товарооборота, %	139,9	110,9
Темп роста размера торговых площадей, %	107,8	109,1
Темп роста производительности труда, %	146,2	159,7
Темп роста количества торговых объектов, %	104,1	100,2

Таким образом, сравнительный анализ достижений и перспектив развития потребительского сектора и торговли позволяет сделать важный вывод о проблемах и сложностях реализации концепций. По-

вышению эффективности процесса развития будут способствовать, на наш взгляд, принятие единой концепции по ЕАЭС и разработка направлений качественного развития торговой деятельности. По нашему мнению, учитывая сокращение сроков прогнозирования и активное внедрение сценарных методов прогнозирования, обусловленных последствиями экономического кризиса и экономических санкций, такое сопоставление необходимо проводить не реже двух раз в год.

Литература

Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2010–2015 годы и период до 2020 года / М-во промышл. и торг. Рос. Федерации. — М., 2010. — 163 с.

Об утверждении Концепции реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011–2015 годы : приказ М-ва торговли Респ. Беларусь, 29 дек. 2011 г., № 178. — Минск, 2012.

А.Н. Филоненко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Л.С. Климченя

ОБНОВЛЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ ФОРМАТОВ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ ФИРМЕННОЙ ТОРГОВЛИ

Составной частью розничной торговой сети и осуществления деятельности в условиях конкуренции с другими субъектами хозяйствования является фирменная торговля. Цель фирменной торговли — увеличение объема продаж товаров, вырабатываемых товаропроизводителем. Достижению этих целей способствует обеспечение выполнения планов организации, направленных на увеличение производства, и усиление ее позиций на потребительском рынке [1, с. 61].

В рамках проведенного исследования изучалось состояние фирменной сети одного из крупнейших производителей мясной продукции в Республике Беларусь, ОАО «Брестского мясокомбината». Данная организация осуществляет производственную деятельность, на ее балансе находятся 8 объектов фирменной торговли, в том числе 4 — в г. Бресте и 4 — в г. Кобрине. Фирменные магазины сформировали определенный имидж на потребительском рынке благодаря свежести представленной в них продукции, чему сопутствует выполнение ряда требований: ежедневный завоз небольшими партиями и не по всем группам; отгружается только та продукция, у которой время, прошедшее с даты изготовления на момент отгрузки, не превышает 10 % общего срока реализации; продукция, у которой время с момента производства превышает более 40 % общего срока реализации, снимается

с реализации. На сегодняшний день реализация через собственную фирменную торговлю составляет 10 % всей производимой продукции ОАО «Брестский мясокомбинат».

В современных условиях хозяйствования поставленная задача дальнейшего развития ее фирменной торговли может быть реализована созданием мясных лавок как торговых объектов для реализации мяса и мясной продукции. Отличием нового формата от функционирующих фирменных магазинов является меньший размер торговой площади при актуализации торгового ассортимента. Экономия площади по каждому виду торгового оборудования составляет 1,7 м². Мясные лавки рационально размещать в жилых спальных районах, учитывая транспортное сообщение, что обеспечит постоянный поток покупателей.

География развития фирменной торговли мясной продукцией определяется требованием обеспечения реализации свежего и доброкачественного мяса. Исходя из возможностей логистики, для развития фирменной торговли определены города: Минск, Барановичи, Пинск, Береза, Ивацевичи, Иваново. Для комплексной оценки возможности открытия новых фирменных магазинов мясокомбината учтена плотность населения городов. Проведенный анализ показал, что Береза, Ивацевичи, Иваново являются компактными в плане застройки и плотности населения, соответственно, предполагаемый объем товарооборота не будет покрывать транспортные расходы. В Минске следует подробнее рассмотреть целесообразность открытия объектов фирменной торговли в самом густонаселенном районе — Фрунзенском. Средний радиус действия магазинов во Фрунзенском районе составляет 12,7 км. Очевиден факт необходимости открытия мясных лавок в данном районе города. В будущем возможно расширение торговой сети и по другим районам столицы при условии востребованности продукции.

Развитие нового формата позволит повысить лояльность покупателей к продукции и производителю, увеличить эффективность реализации, укрепить узнаваемость бренда на потребительском рынке, а также снизить зависимость от торговых сетей. Перечисленные факторы смогут способствовать реализации через расширенную сеть фирменных магазинов минимум 30 % всей выпускаемой продукции уже к 2018 г. при реализации концепции нового формата для фирменной торговли в Барановичах, Пинске, а также Минске.

Литература

1. *Егарева, Н. В.* Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление : учеб. пособие / Н. В. Егарева [и др.] ; под ред. Н. В. Егаревой. — М. : КиноРус, 2010. — 416 с.

А.О. Школина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.О. Смольская

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И СОВРЕМЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ ТОРТОВ

Современный рынок тортов и пирожных характеризуется появлением продукции, которая может храниться достаточно долго. Подавляющее большинство компаний стремится к динамическому развитию, а именно к выходу на федеральный уровень. В связи с этим изготавливаются самые разнообразные пироги, коврижки и кексы, которым не страшны длительные перевозки.

Как показало исследование, наибольшее значение при выборе тортов имеет фактор свежести. Также актуальными факторами являются «легкость», низкокалорийность тортов и оригинальность, разнообразие ассортимента. При сегментации потребителей по основному мотиву выбора получается, что более чем для 45 % потребителей тортов решающим мотивом выбора является свежесть торта. Второй по численности является группа потребителей-«экспериментаторов», стремящихся к поиску оригинальных, необычных тортов с новыми добавками и оригинальными сочетаниями вкусов.

Спрос и предложение на рынке кондитерских изделий не идентичны друг другу. Потребители, в частности, хотели бы чаще покупать более натуральные торты, в то время как таких продуктов крайне мало представлено на рынке. Почти 70 % потребителей отмечают, что в розничной торговле представлено мало тортов без консервантов, красителей, из полностью натуральных ингредиентов, также значительная часть потребителей хотела бы покупать более легкие, менее жирные и менее сладкие торты.

С каждым годом ассортимент рынка расширяется, а покупатели видят разнообразные новинки от мелких региональных и крупных отечественных производителей. Все больше компаний вырабатывают собственную стратегию действий на рынке путем полного отказа от использования традиционных рецептов. Выпуск уникальной в своем роде продукции полностью оправдывает себя, поскольку все оригинальное пользуется спросом.

Классификация тортов происходит по различным критериям — способ приготовления, тип коржей, конструкция, начинка и форма. Сложность конструкции определяется одно-, двух- и трехъярусными тортами. Также распространена произвольная форма в виде мячей, сердца, машины и т.д.

Для того чтобы по-прежнему остаться в сегменте рынка тортов, кондитерам пришлось искать замену импортным марципанам и всякого рода сахарным пастам. Появились так называемые «голые торты». Их бока остаются открытыми, и в этом есть своя прелесть — вся

красота в простоте. И потребители в полной мере оценили преимущества новинки. Заказ торта без мастики — на сегодняшний день одна из наиболее востребованных услуг. Такие изделия относят к стилю рустик и кантри-шик, они олицетворяют любовь ко всему натуральному, органическому.

Регулярно видим также широкий ассортимент сложных и простых сладостей: штрудели, чизкейки, брауни, маффины, капкейки, макаронс (воздушные пирожные — готовятся из миндальной пудры, яичных белков, молочных продуктов и различных добавок, определяющих каждый отдельный вкус).

Как видно, рынок кондитерских изделий развивается не только в направлении внедрения новых технологий и расширения ассортимента, также увеличения пекарен и кондитерских, которые производят уникальную продукцию и имеют различные форматы, к примеру, в виде кофейни с собственным кондитерским производством.

Вне всяких сомнений, торты будут иметь успех в случае выполнения ряда условий: должный уровень качества, отменные вкусовые характеристики, интересный дизайн коробки и отделки изделия, узнаваемая торговая марка, а также приемлемая цена. Такая перспективная продукция имеет все шансы стать брендовой.

М.О. Щерба
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Белова

ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В условиях экономической нестабильности ресторанный бизнес подвержен дополнительной степени риска. К числу факторов, влияющих на развитие ресторанного бизнеса, можно отнести высокий уровень инфляции, культурно-бытовые, социальные и прочие факторы. Однако основным следствием неблагоприятной экономической ситуации в стране, влияющим на развитие ресторанного бизнеса, является снижение реальных располагаемых денежных доходов населения. Их снижение ведет к отказу от продукции и услуг общественного питания, так как они не являются обязательными для потребителей, а соответственно сопровождаются низкой ценовой чувствительностью. В таких условиях наиболее востребованными являются объекты питания с демократичными ценами, что заставляет рестораторов оптимизировать ценовую и ассортиментную политику, менять концепцию, формат объектов питания. Так, структура сети объектов питания в Республике Беларусь отличается от структуры сети объектов в Республике

Польша: ресторанов в Беларуси на 21,8 % меньше, чем в Польше, баров — на 25,1 %, а столовых, напротив, на 32,4 % больше. Изменение денежных доходов потребителей влияет не только на структуру объектов питания, но и на объем товарооборота. Так, если говорить о товарообороте общественного питания, то в целом по республике за ряд лет в фактически действовавших ценах он ежегодно увеличивался. Лишь в 2015 г. товароборот остался на уровне товарооборота 2014 г. и составил 15 898,7 млрд руб., или 99,9 % к предыдущему году. Однако в сопоставимых ценах тенденции роста товарооборота носят циклический характер, индекс физического объема товарооборота в 2015 г. в сопоставимых ценах составил 92 % к предыдущему году.

Тем не менее процесс развития ресторанного бизнеса не останавливается, увеличивается число объектов питания, появляются их новые форматы и концепции развития. В этих условиях становится как никогда актуальным изучение спроса для принятия грамотных управленческих решений по формированию ассортимента продукции, корректировке меню с учетом складывающихся предпочтений потребителей, мировых гастрономических тенденций, оптимизации количества и состава предоставляемых услуг.

Для выявления целесообразности формирования комплекса дополнительных услуг был проведен опрос (в виде анкетирования), в котором приняли участие молодые люди (60 человек) в возрасте до 30 лет с доходом ниже среднего и средним. В ходе опроса были выявлены услуги, которые обязательно учитываются при выборе ресторана: наличие скомплектованных завтраков, бизнес-ланчей в меню по более низким ценам; возможность стать обладателем дисконтной карты, карты лояльности; наличие отдельных залов для курящих и некурящих; наличие гардероба (вешалок для одежды). Услуги, которые не имеют никакого значения при выборе: консультации официантов, диетологов, сомелье; возможность воспользоваться услугами кейтеринга (выездного обслуживания); показ фильмов, спортивные трансляции; продажа цветов, сувениров; проведение мастер-классов, гастрономических шоу. Услуги, которые желательны, но не обязательны: упаковка оставшихся блюд, напитков; доставка еды на дом; кальянная карта. Таким образом, существуют составные элементы оценки, которые никак не влияют, могут повлиять и которые положительно влияют на общую оценку удовлетворенности услугами ресторана. Таким образом, проведение подобных исследований позволит ответственным рестораторам оптимизировать управленческие решения по развитию ресторанного бизнеса в условиях экономической нестабильности.

Литература

Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 05.04.2016.

СЕКЦИЯ 10

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИЕЙ

В.И. Бекиш
Д.В. Филипчук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П.А. Литвинов

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЕВ

Деятельность в области познавательного туризма играет значимую роль в сохранении материального и нематериального культурного наследия, а также способствует культурному и интеллектуальному обогащению общества. На данный момент музей является важным компонентом познавательного туризма.

Рейтинг музея, его общественная значимость определяются таким критерием оценки его деятельности, как посещаемость. Посещаемость музея зависит от множества внешних и внутренних факторов, таких как социально-экономическая ситуация в стране, характеристики ментальной идентичности населения, программы учебных заведений, сезонный фактор; планирование культурно-образовательной и выставочной деятельности, обслуживание посетителей, внедрение информационных технологий, создание привлекательного имиджа музея и т.д.

Одним из наиболее эффективных факторов является использование информационных технологий в деятельности музея. Данный фактор способствует расширению целевой аудитории, увеличивая процент молодежи в общем числе посетителей. Данный сегмент потребителя уже привык, что информационные технологии постоянно используются в повседневной жизни и, придя в музей, им не придется выходить из привычной зоны комфорта.

Рассмотрим использование информационных технологий в деятельности Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны. Еще перед началом осмотра экспозиции посетитель может воспользоваться сенсорным инфотерминалом. Большое впечатление на посетителя производят используемые в оформлении экспозиции музея следующие технологии: голографические 3D-инсталляции, туманный экран, создающий эффект пламени, также в залах работают инфокиоски, позволяющие ознакомиться с военными документами. В одном из залов размещен экран, с помощью которого можно сложить пазлы изображений военной техники, детально ознакомиться со строением оружия, а также опробовать себя в качестве стрелка по мишеням.

Изучив данные о посещаемости Музея истории Великой Отечественной войны, можно убедиться, что динамика посещаемости положительная. За 2012 г. данный музей посетило 225 тыс. человек. В 2013 — первой половине 2014 г. музей находился в стадии перемещения. Резкий скачок наблюдается после открытия нового музейного комплекса в 2014 г.: с июля 2014 г. — по декабрь 2015 г. музей посетило более 600 тыс. человек, на что, как было выявлено ранее, существенно повлияло внедрение информационных технологий.

Ознакомившись с зарубежным опытом использования новейших технологий в деятельности музеев, нами был разработан ряд предложений по созданию привлекательного имиджа музея ВОВ:

1. Использование аудиогидов, которые позволяют ознакомиться с экспозицией без оплаты услуг экскурсовода, что в современных условиях развития самостоятельных путешествий набирает все большую популярность.

2. Перспектива использования собственного смартфона в качестве гида при просмотре экспозиции музея.

3. Шлемы виртуальной реальности, которые могут быть использованы в качестве устройств для трехмерных видеоигр на военную тематику.

4. Предоставление гостю браслета, с помощью которого осуществляется вход и выход через турникеты, активизируется информация на киосках около витрин с возможностью ее отправки на электронную почту.

Таким образом, технологии позволяют значительно расширить возможности экспозиционера в показе экспоната, показать отсутствующие экспонаты, организовать виртуальные выставки. Их использование поспособствует повышению конкурентоспособности музея и значительно отразится на его посещаемости, а также расширит его целевую аудиторию за счет привлечения молодежи и школьников.

Е.А. Лугакова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.А. Власова

КВЕСТ-ТУРИЗМ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В БЕЛАРУСИ

Согласно статистике UNWTO современный туризм развивается стремительными темпами, за последние 65 лет количество туристов в мире увеличилось почти в 47 раз, и сегодня каждый 6-й житель нашей планеты совершает ежегодные поездки за границу с туристическими целями. Таким образом, для успешного ведения бизнеса в этой сфере одних только привычных для потребителей услуг уже

недостаточно. Уставшие от стандартизированных предложений, они стремятся получить товар, созданный специально для них. Поэтому, по мнению некоторых экономистов, в настоящее время зарождается новая экономика — экономика впечатлений, ориентированная на ощущения потребителя. В туризме это предполагает инновационное расширение ассортимента туристских услуг, соответствующее новым запросам потребителей. Одним из подобных нововведений является квест-туризм.

Квест-туризм — это синтез игры и путешествия, при котором необходимо идти к поставленной цели по сюжету, разгадывая по пути различные головоломки и используя всевозможные подсказки. Объединяя активную деятельность с познавательной, квест-туризм актуален в первую очередь тем, что является составной частью различных форм туризма: спортивного, культурного, приключенческого, экстремального, агротуризма, — и привлекает совершенно разные целевые аудитории и возрастные категории.

В зарубежном опыте квест-туризм уже занял свою нишу на рынке туристских услуг и активно развивается. Существуют туры на несколько часов, день или же на несколько дней, как полноценный отпуск-приключение. Они помогают лучше узнать местность и увидеть не только достопримечательности, но и непарадную сторону города.

В Республике Беларусь квест-туризм пока не приобрел такой популярности. В основном предлагаются интерактивные экскурсии, в составе которых присутствуют элементы игры. Однако Беларусь обладает большим потенциалом для развития квест-туризма. На ее территории расположены уникальные природные объекты. В городах насчитывается множество культурных и исторически ценных достопримечательностей. А архитектура многих авангардных сооружений привлекает внимание не только местных жителей, но и иностранных туристов. Квест-туры в Беларуси могут строиться на базе историко-культурных памятников, природных объектов, могут быть задействованы военно-исторические объекты, музеи и театры, а также стоит включить в маршруты наименее известные, но, безусловно, колоритные места.

Квест-туризм в Беларуси — отличная идея для бизнеса, который может дифференцироваться от стартапов и индивидуального предпринимательства с минимальными затратами в виде идей и компьютерной техники до активного внедрения в услуги существующих турфирм или образования новых компаний, ориентированных главным образом на создание такого рода крупномасштабных проектов с детальной разработкой маркетинговой концепции и привлечением инвесторов.

С точки зрения потребителей, данная форма туризма в Беларуси будет интересна в первую очередь представителям ближнего зарубежья вследствие отсутствия языкового барьера, а также жителям Беларуси, желающим подробнее ознакомиться с родным краем. Для

иностранцев это станет новым поводом посетить Беларусь и узнать культуру страны и народ в непосредственном с ней взаимодействии.

Для отрасли в целом развитие квест-туризма в Беларуси, помимо прочего, увеличит ее туристический потенциал, позволит создать новые рабочие места и станет толчком для активизации деятельности народных промыслов и культуры страны.

Литература

UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. — Дата доступа: 12.04.2016

О.И. Славецкая
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук З.М. Горбылева

МІСЕ-ТУРИЗМ. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Деловой туризм, обеспечивающий организацию и управление бизнес-поездками, разделяется на ряд секторов, образуя понятие «индустрии МІСЕ» (Meetings — встречи; Incentives — поощрительные мотивационные мероприятия; Conferences — конгрессы или конференции; Events and Exhibitions — выставки) [1].

США и Европа занимают 54 % объема рынка МІСЕ-индустрии. Активно заявляют о себе Армения, Грузия, Россия, Азербайджан. Однако Беларусь не рассматривается на мировой арене как площадка для МІСЕ-туризма, несмотря на то, что обладает большим потенциалом. Во-первых, Беларусь, находясь в центре Европы, отличается хорошей транспортной доступностью. Во-вторых, страна славится богатым культурным фондом. В-третьих, преимуществом является развивающаяся инфраструктура: строительство отелей и многофункциональных спортивных объектов.

Потенциал Беларуси остается нереализованным по ряду причин:

1) высокая стоимость авиабилетов, сложная процедура оформления виз и монополизм компании «Белавиа»;

2) отсутствие единой информационной базы, предоставляющей данные о достопримечательностях страны;

3) несоответствие цены и качества размещения в гостиницах и аренды конференц-залов, вызванное действующей системой налогообложения;

4) отсутствие должного внимания к маркетинговой деятельности по продвижению делового туризма в Беларуси и грамотного PR по формированию положительного и достоверного бренда Беларуси;

5) появляющиеся МІСЕ-агентства, которые занимаются организацией бизнес-поездок и event-мероприятий, действуют самостоятельно и не имеют единого представительства.

Для решения вышеперечисленных проблем можно определить ряд мер, которые могли бы коренным образом изменить подход и отношение к рынку делового туризма в стране:

1) создание Ассоциации МІСЕ либо конгресс-бюро, которые занимались бы мониторингом и координацией данной деятельности в Беларуси;

2) создание бренда ассоциации с последующим продвижением на международный рынок. Например, вступление в Международную Ассоциацию Делового Туризма (GBTA), которое предоставит прямой доступ к глобальной базе членов GBTA, состоящей из более чем 5800 контактов; возможность участия более чем в 25 группах, обсуждающих различные вопросы бизнес-трэвел-индустрии; доступ к календарю глобальных мероприятий, проводимых GBTA (Global Business Travel Association);

3) адаптация и продвижение международных стандартов и технологий организации бизнес-мероприятий, в частности оснащение арендуемых для мероприятий залов необходимой оргтехникой;

4) аккумулялирование развития делового туризма на государственном уровне, что подразумевает, например, организацию представления Беларуси на туристических выставках международного уровня, смягчение визового режима.

Развитие МІСЕ-индустрии, несомненно, позволит расширить сферу бизнес-контактов и ускорить интеграцию Беларуси в мировое сообщество.

Литература

1. Новости GBTA Russia [Электронный ресурс] // Международная Ассоциация Делового Туризма. — Режим доступа: http://www.gbta.org/EMails/Europe/Russia/Network_news_June_2014_RU.html. — Дата доступа: 27.04.2016.

Ю.Н. Щадий
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.А. Власова

БЛЮДА НАЦИОНАЛЬНОЙ КУХНИ В МЕНЮ ЗАВТРАКОВ РЕСТОРАНА ПРИ ГОСТИНИЦЕ

Тысячи путешественников в любой точке земного шара начинают свой день с завтрака в отеле. Для большинства туристов наличие вкусного и разнообразного утреннего меню в гостинице имеет боль-

шое значение. Согласно проведенному опросу 91 % респондентов предпочитает завтракать непосредственно в гостинице [1]. Безусловно, гостю, проживающему в отеле более 3–4 дней, может наскучить однотипность блюд, представленных на завтраках, поэтому гостиничным предприятиям следует тщательно продумывать утреннее меню и стараться максимально разнообразить его.

Цель данного исследования: предложить блюда белорусской кухни, которые разнообразят утреннее меню любого отеля и помогут гостям окунуться в многовековые традиции белорусского народа и оценить культурное богатство нашей страны.

Независимо от того, какой национальности гость и какой тип завтрака он предпочитает, ему будет невероятно интересно познакомиться с традициями белорусского народа, ведь один из самых простых и приятных способов, позволяющих по-настоящему понять ту или иную страну, — это попробовать блюда национальной кухни.

В первую очередь мы предлагаем встречать гостей, соблюдая древнейший обычай наших предков и подавая на завтрак белорусский ржаной хлеб, являющийся символом благополучия и гостеприимства народа.

Меню полноценного завтрака обязательно должно включать белорусскую молочную продукцию, отличающуюся высоким качеством и запоминающимся вкусом.

Кныши, драники, картофельная бабка, копытка и другие блюда из картофеля, белорусские блины с мачанкой, верещакой, медом или ягодами, пряники, коврижки и печеные яблоки, подаваемые для любителей сладостей, а также известные всем овсяный кисель, обитень и иван-чай станут украшением любого завтрака и удивят гостей своим неповторимым и удивительным вкусом.

Использование свежих и натуральных ингредиентов, согласно принципам здорового питания, и соблюдение кулинарных традиций, характерных для определенной местности, — это одна из основных тенденции составления меню в ресторанах на сегодня. Блюда белорусской кухни полностью опровергают тот факт, что здоровая пища не может быть вкусной. Таким образом, каждое утро ресторан отеля может предлагать гостям разнообразные блюда белорусской кухни, которые не только удовлетворят их вкусовые потребности, но и поразят своими полезными свойствами.

Разумеется, в Беларуси есть все необходимое для того, чтобы привлечь путешественников: блистательная архитектура, богатое культурное наследие, живописные ландшафты и, конечно же, хорошее гостиничное и ресторанное обслуживание. Однако гости, посещающие нашу страну, исполняя те или иные служебные обязательства или останавливаясь на территории республики по пути следования к основному месту назначения своего путешествия, как правило, не всегда имеют намерение посещать культурные достопримечательности страны или знакомиться с традициями народа.

Именно по этой причине мы предлагаем разнообразить утреннее меню гостиницы белорусскими блюдами. Попробовав традиционные блюда белорусской кухни, гости откроют перед собой необъятные горизонты белорусской культуры и, возможно, в следующий раз посетят нашу страну не в связи со служебной необходимостью, а именно с целью знакомства с традициями и обычаями белорусского народа.

Литература

1. proHotelia: Какой завтрак предпочитают гости отеля? [Electronic resource]. — Mode of access: <http://prohotelia.com.ua/2015/02/hotel-breakfasts/>. — Date of access: 12.04.2016.

СЕКЦИЯ 11

ПРАВО И ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

**И.В. Буйко
Ю.С. Лерко**

*Международный университет «МИТСО» (Минск)
Научный руководитель — кандидат юридических наук И.П. Манкевич*

ПРАВОВОЙ СТАТУС БЕЖЕНЦЕВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одной из глобальных проблем, с которой столкнулись многие государства, в том числе и Республика Беларусь, является проблема беженцев. Вооруженные конфликты в различных частях планеты заставляют людей покидать свои дома и страны. Проблема массового притока вынужденных мигрантов является достаточно серьезной для Республики Беларусь. Право на убежище закреплено в статье 12 Конституции нашего государства: «Республика Беларусь может предоставлять право убежища лицам, преследуемым в других государствах за политические, религиозные убеждения или национальную принадлежность» [1].

Правовую основу современного международного права по защите беженцев и мигрантов, которой руководствуется наше государство, составляют права и обязанности, изложенные в Конвенции о статусе беженцев, принятой 28 июля 1951 г. В документе дано определение понятия «беженец» [2]. Конвенция предусматривает обязательства беженцев относительно страны, в которой они находятся. Также подчеркивается недопустимость дискриминации по признакам расы, религии или страны происхождения. Впоследствии был разработан Протокол, касающийся статуса беженцев, который вступил в силу 4 октября 1967 г.

Беженцы продолжают оставаться серьезной проблемой для международного сообщества. Государства, принимающие беженцев, должны выполнять свои обязательства по обеспечению их защиты и способствовать созданию обстановки терпимости по отношению к представителям других народов. Также государства обязаны предотвращать действия, которые порождают массовый уход их населения. В то же время мировое сообщество должно определить наиболее действенные пути по предотвращению новых потоков беженцев.

Для Республики Беларусь проблема беженцев стала особенно актуальной с начала 1990-х гг. Политическая нестабильность, экономический кризис и межнациональные конфликты нашли свое отражение в необходимости для нашей страны решения проблем, связанных

с миграцией и беженством. Основным органом, который занимается проблемами беженцев, является Департамент по гражданству и миграции Министерства внутренних дел Республики Беларусь. Главную задачу данного органа составляет разработка и осуществление мер, направленных на реализацию законодательства о гражданстве Республики Беларусь, выезде из Республики Беларусь и въезде в Республику Беларусь граждан, передвижении и выборе ими места жительства, правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь, предоставлении статуса беженца, дополнительной или временной защиты либо убежища в Республике Беларусь, внешней трудовой миграции.

В Республике Беларусь разработана широкая правовая база по защите беженцев и мигрантов. В нее входят Закон Республики Беларусь «О предоставлении иностранным гражданам и лицам без гражданства статуса беженца, дополнительной и временной защиты в Республике Беларусь» от 23 июня 2008 г., в котором закреплены основные права и обязанности беженцев, лиц без гражданства и иностранных граждан, обращающихся за дополнительной защитой. Этот документ определяет правила получения статуса беженца и правила рассмотрения такого обращения [3]. Немаловажную роль в регулировании данных отношений имеет Закон Республики Беларусь «О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь» от 4 января 2010 г., закрепляющий порядок пребывания иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь до момента обращения лиц за статусом беженца [4]. Данная правовая база позволяет функционировать системе защиты прав беженцев в Республике Беларусь на высоком правовом уровне, соблюдать взятые на себя высокие обязательства перед мировым сообществом.

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, 2007. — 48 с.
2. Конвенция о статусе беженцев [Электронный ресурс] / Организация Объединенных Наций. — Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/refugees.shtml. — Дата доступа: 08.05.2016.
3. О предоставлении иностранным гражданам и лицам без гражданства статуса беженца, дополнительной и временной защиты в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 23 июня 2008 г., № 354-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.
4. О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 4 янв. 2010 г., № 105-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

В.Д. Демидович
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат юридических наук И.П. Манкевич

О ПРАВОВОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сельское хозяйство представляет собой сферу активного взаимодействия общества и природы, в процессе которого видоизменяются естественные экосистемы, создаются новые агрозооэкосистемы, предназначенные для удовлетворения потребностей.

Необходимость соблюдения требований в области охраны окружающей среды обусловлена высоким уровнем отрицательного воздействия на все природные ресурсы, природную среду в целом, а также возможными неблагоприятными последствиями для человека.

В связи с этим главной целью Указа Президента Республики Беларусь от 17 июля 2014 г. № 347 «О государственной аграрной политике» является сохранение и воспроизводство природных ресурсов, учитывая тесную взаимосвязь сельского хозяйства и окружающей среды [1]. Несмотря на высокий уровень развития экологического законодательства в Республике Беларусь, проблема экологизации аграрной политики государства становится все более актуальной.

Правовые основы охраны окружающей среды, в том числе в сельском хозяйстве, природопользования, сохранения и восстановления биологического разнообразия, природных ресурсов и объектов определены в Законе Республики Беларусь «Об охране окружающей среды» от 26 ноября 1992 г. [2].

Среди специальных требований, установленных в Законе непосредственно для сферы сельскохозяйственного производства, можно отметить лишь требования в области охраны окружающей среды при эксплуатации объектов сельскохозяйственного назначения (ст. 41) и в какой-то степени — требования в области охраны окружающей среды при мелиорации земель, размещении, проектировании и т.д. (ст. 42).

Исходя из анализа действующего законодательства следует, что для определения комплекса мероприятий в области охраны окружающей среды необходимо обращаться к нормам природоресурсного законодательства.

Проведенное исследование по указанной проблеме позволило сделать вывод, что не во всех актах природоресурсного законодательства, а также технических нормативных правовых актах содержатся специальные нормы по охране окружающей среды в сельском хозяйстве; зачастую специальные нормы носят отсылочный характер либо сформулированы в общем виде [3]. В связи с этим необходима экологизация норм аграрного законодательства. Именно данный подход позволит в полной мере обеспечить соблюдение сельскохозяйственными

производителями законодательства об охране окружающей среды в процессе осуществления ими своей деятельности, гарантировать экологическую безопасность сельского хозяйства, а также повысить качество производимой сельскохозяйственной продукции.

Литература

1. О государственной аграрной политике : Указ Президента Респ. Беларусь, 17 июля 2014 г. № 347 // Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. — 2014. — 1/15160.

2. Об охране окружающей среды [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 26 нояб. 1992 г., № 1982-ХІІ // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр». — Минск, 2014.

3. Кузьмич, И. П. Правовые проблемы охраны окружающей среды в свете современной аграрной политики Республики Беларусь / И. П. Кузьмич // Современные приоритеты в развитии аграрного, земельного и экологического законодательства : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 2 марта 2012 г. / Институт государства и права РАН ; редкол.: В. В. Устюкова (отв. ред.) [и др.]. — М., 2012. — С. 91–95.

А.М. Зеленковский
КГТУ (Калининград)

Научный руководитель — доктор технических наук В.М. Муров

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ КАК ДРАЙВЕР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Верховенство права и стремительно меняющаяся экономическая среда — те два постулата, которые дополняют друг друга и неразрывно связаны между собой.

Статья 1 Конституции Республики Беларусь провозглашает, что Республика Беларусь — унитарное демократическое социальное правовое государство.

Эволюционные шаги по реформированию национальной экономики планомерно следуют изменениям внешней и внутренней среды.

Интегрированность национальной экономики Республики Беларусь в рынки иных государств указывает на риски, связанные с изменениями, происходящими в экономике этих государств, что в итоге напрямую отражается на развитии бизнес-процессов внутри Беларуси и характеризует ее эффективность, а также на борьбу с ограниченностью денежных потоков.

В 2013 г. бизнес Беларуси уже работал в условиях жесткой экономики и бережливости, с 2015 г. и впредь тренд жесткой экономики будет главенствующим при формировании госпрограмм и в работе госсектора.

Законодательство Республики Беларусь, определяя способы инвестиционной деятельности, с одной стороны, устанавливает их открытый перечень (абз. 7 ст. 4 Закона об инвестициях) [1], что, несомненно, способствует инвестиционному климату, а с другой стороны, ставит организацию прямого инвестирования в затруднительное положение при формировании отчета 4-ф (инвест) [2].

Так, при оценке предложения иностранного инвестора о реализации проекта «Создание линии по производству нового вида продукции» ОАО «Зенит», заинтересованное в реализации проекта по различным аспектам (повышение конкурентоспособности — с одной стороны, привлечение дополнительного финансирования — с другой), фактически сталкивается с проблемой реализации инвестпроектов, связанных с выбором направления.

Реализация проекта создания сборочного производства преобразователей частоты с использованием стенда контроля возможна в трех направлениях:

1) через внесение инвестиций в уставный фонд ОАО «Зенит» или посредством создания простого товарищества с ведением обособленного бухгалтерского учета совместной деятельности на территории Республики Беларусь (данные инвестиции в отчетности отражаются как прямые инвестиции и требуют согласования с органом владельческого надзора. При этом данные инвестиции отражаются как прямые при сумме нерезидента не менее 10 процентов от размера уставного фонда (формируемого уставного капитала, сформированного в любом размере — минимальный размер не установлен, — для простого товарищества));

2) посредством передачи оборудования на основании договора лизинга (данные инвестиции отражаются в отчетности как прочие инвестиции, также не требуются дополнительных процедур, свойственных прямым инвестициям);

3) посредством передачи оборудования на основании договора аренды или безвозмездного пользования (при этом принятие и использование оборудования не будет являться инвестициями, применяемыми при предоставлении отчетности (ни прямыми, ни портфельными, ни прочими)).

Таким образом, реализация проекта возможна через внесение инвестиций.

1. При реализации первого направления:

1.1. в уставный фонд;

1.2. создание простого товарищества с ведением обособленного бухгалтерского учета совместной деятельности на территории Республики Беларусь.

Это потребует согласования с органом владельческого надзора. При этом данные инвестиции отражаются как прямые при сумме нерезидента не менее 10 процентов от размера уставного фонда (формируемого уставного капитала, сформированного в любом размере — минимальный размер не установлен, — для простого товарищества).

2. При реализации второго направления:

2.1. передача оборудования на основании договора лизинга.

При этом данные инвестиции отражаются как прочие инвестиции и не являются прямыми. Также не требуются дополнительных процедур, свойственных прямым инвестициям.

3. при реализации третьего направления:

3.1. передача оборудования на основании договора безвозмездного пользования.

При этом принятие и использование оборудования не будет являться инвестициями, применяемыми при предоставлении отчетности (ни прямыми, ни портфельными, ни прочими), но являющимися таковыми согласно абз. 7 ст. 4 Закона об инвестициях. А само сборочное производство преобразователей частоты с использованием переданного оборудования должно осуществляться на основании лицензионного договора с отражением как нематериальный актив.

Анализ данной проблемы указывает на два возможных аспекта, влияющих на повышение конкурентоспособности:

1. Непосредственная связь выбора стратегии конкурентоспособности и целеполагания при законодательном определении способов инвестиций.

2. Необходимость либерализации процедур согласования инвестиционных проектов путем передачи полномочий на уровень самого субъекта хозяйствования.

Литература

1. Об инвестициях [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 53-З // Бизнес-инфо : Беларусь. Технология Проф. / ООО «Профессиональные правовые системы», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

2. Отчет об инвестициях в Республику Беларусь из-за рубежа и инвестициях из Республики Беларусь за рубеж и указаний по ее заполнению [Электронный ресурс] : постановление Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 23 сен. 2013 г., № 218 // Бизнес-инфо : Беларусь. Технология Проф. / ООО «Профессиональные правовые системы», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

М.И. Коледа
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат исторических наук М.В. Давыденко

РОЛЬ И МЕСТО ДОГОВОРА ФРАНЧАЙЗИНГА В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для Республики Беларусь осуществление предпринимательской деятельности с применением договора франчайзинга является за-

имствованным из практики предпринимательской деятельности зарубежных государств.

В настоящее время современный рынок франчайзинга растет и считается одним из самых перспективных. Данная форма осуществления предпринимательской деятельности используется в 80 странах, где фирмы, применяющие договор франчайзинга, создают около 13 % валового национального продукта.

По данным FRANData Corporation, консалтинговой компании по вопросам франчайзинга, сферами экономики, в которых франчайзинг получил наибольшее распространение, являются заведения фастфуда — около 20 % общемирового количества пользователей по договору франчайзинга, розничная торговля — 15, сфера прочих услуг — около 12, автомобильные перевозки и обслуживание — 8, строительство — 7 % [1, с. 39].

В Республике Беларусь франчайзинговые отношения имеют положительную динамику развития. Первый договор франчайзинга в Республике Беларусь был зарегистрирован в государственном учреждении «Национальный центр интеллектуальной собственности» 23 января 2006 г. (правообладатель — ООО «НТС», пользователь — ООО «Центр»). По состоянию на 15 марта 2016 г. в Республике Беларусь было зарегистрировано 219 договоров франчайзинга [2]. По мировым меркам эта цифра, безусловно, мала (к примеру, в России заключено более 5000 таких договоров, в Великобритании — более 34 000, в США — более 250 000) [3, с. 220]. Однако не следует забывать, что франчайзинг в нашем государстве находится на этапе становления.

Как способ осуществления предпринимательской деятельности договор франчайзинга имеет определенные преимущества, среди которых можно выделить: 1) минимальные финансовые риски при открытии новых точек; 2) работа под известным брендом; 3) высокая скорость развития сети; 4) максимум возможностей развивать свой бренд; 5) проникновение на новые рынки [1, с. 41]. Сила франчайзинга заключается в том, что участники заинтересованы в успехе друг друга.

В то же время необходимо отметить и недостатки франчайзинга, которые возникают при взаимодействии сторон: стоимость предоставляемого по договору лицензионного комплекса (начальный взнос является иногда довольно обременительным), ограничения, касающиеся закупок (правообладатель часто обязывает пользователя покупать оборудование, товары, материалы у себя или у определенных поставщиков).

Таким образом, в настоящее время применение договора франчайзинга можно назвать одной из эффективных форм осуществления предпринимательской деятельности и, как следствие, развития современной экономики. Полагая, применение договора франчайзинга в предпринимательской деятельности позволяет повысить общую куль-

туру предпринимательства, создать новые рабочие места, привлечь значительные иностранные инвестиции в экономику.

Литература

1. *Панюкова, В. В.* Развитие франчайзинговых отношений на постсоветском пространстве / В. В. Панюкова // Менеджмент в России и за рубежом. — 2012. — № 3. — С. 36–43.

2. Афіцыйны бюлетэнь: вынаходствы, карысныя мадэлі, прамысловыя ўзоры, тапалогіі інтэгральных мікрасхем / Дзярж. кам. па навуцы і тэхналогіях Рэсп. Беларусь, Нац. цэнтр інтэлектуал. уласнасці. — Мінск : Нац. цэнтр інтэлектуал. уласнасці Рэсп. Беларусь, 2016. — № 1 (108).

3. *Беленец, П.* Основные тенденции и проблемы развития франчайзинга в России / П. Беленец // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. — 2014. — № 2. — С. 219–224.

О.Г. Кронда
БГУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат исторических наук М.В. Давыденко

РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО БАНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

Рынок ценных бумаг Республики Беларусь начал свое формирование в первой половине 1990-х гг. с создания нормативно-правовой базы, финансовых институтов и системы регулирования в русле перехода страны к рыночной экономике [1]. Изначальная система построения фондового рынка Беларуси склонялась к так называемой американской модели, т.е. в работе фондового рынка предполагается активная роль граждан, которые выступают в качестве инвесторов. Позже произошло смещение от американской модели к европейской, для которой характерно доминирование банков на фондовом рынке [2, с. 4].

Банки в настоящее время являются крупнейшими и единственными в Беларуси финансовыми институтами, обладающими значительным экономическим и интеллектуальным потенциалом. Операции на этом рынке осуществляются Национальным банком и банками.

В соответствии со ст. 4 Закона о рынке ценных бумаг Национальный банк является одним из государственных органов, осуществляющих государственное регулирование рынка ценных бумаг [3].

Во время Послания Президента Республики Беларусь от 29.04.2015 «Послание Президента Республики Беларусь белорусскому народу и Национальному собранию Республики Беларусь «Мир и развитие» А.Г. Лукашенко озвучил поручение закрепить за Национальным бан-

ком функции мегарегулятора белорусского финансового рынка, таким образом обеспечив контроль государства за рынком ценных бумаг.

Создание мегарегуляторов в лице центральных банков — мировая тенденция последних двух десятилетий [2, с. 7]. В странах — партнерах Республики Беларусь по Единому экономическому пространству, а также в большинстве государств — участников СНГ действуют единые органы по регулированию финансового рынка (мегарегуляторы), которые объединяют функции надзора во всех сферах финансовой деятельности, включая рынок ценных бумаг.

Текущее состояние финансового рынка в Республике Беларусь свидетельствует о неравномерном развитии различных его сегментов, что является основным предметом дискуссии о целесообразности сосредоточения в Национальном банке функций государственного регулирования и надзора за всеми составляющими финансовой системы.

Так, 29 февраля 2016 г. Президент Республики Беларусь А.Г. Лукашенко принял решение отложить на год вопрос о передаче Национальному банку полномочия по регулированию страхования и рынка ценных бумаг, сохранив данные полномочия за Министерством финансов. Александр Лукашенко отметил, что, по имеющимся у него данным, функции по регулированию страховой деятельности и рынка ценных бумаг сейчас успешно выполняет Министерство финансов Республики Беларусь. В связи с этим встает вопрос о целесообразности внесения изменений в систему, которая отлажена и нормально функционирует.

Литература

1. Амелычя, Ю. А. Новые подходы к регулированию рынка ценных бумаг в Республике Беларусь (часть 1) [Электронный ресурс] / Ю. А. Амелычя, О. А. Бакиновская // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2015.
2. Дубков, С. Мегарегулирование финансового рынка: невозможное возможно / С. Дубков // Банкаўскі веснік. — 2012. — № 12. — С. 3–9.
3. О рынке ценных бумаг [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 5 янв. 2015 г., № 231-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

И.А. Маковский
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор юридических наук Д.М. Демичев

СООТНОШЕНИЕ НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ АКТОВ ЕАЭС И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

С 1 января 2015 г. Республика Беларусь является членом Евразийского экономического союза (далее — ЕАЭС, или Союз) — меж-

дународной организации региональной экономической интеграции, обладающей международной правосубъектностью [1].

В соответствии со ст. 6 и 8 Договора о Евразийском экономическом союзе (далее — Договор) составной частью права ЕАЭС являются решения и распоряжения органов Союза, которые предоставлены им Договором и международными договорами в рамках Союза [2]. В ст. 2 Договора дано определение понятию «решение» — акт, принимаемый органами Союза, содержащий положения нормативно-правового характера [2]. В ст. 6 дано разъяснение относительно применения решений отдельных органов Союза. Решения Высшего Евразийского экономического совета и Евразийского межправительственного совета подлежат исполнению государствами-членами в порядке, предусмотренном их национальным законодательством [2]. Решения же Евразийской экономической комиссии, согласно ч. 2 п. 13 Приложения № 1 к Договору, подлежат непосредственному применению на территории государств-членов [2].

В ст. 8 Конституции Республики Беларусь закрепляется признание приоритета норм международного права и обеспечение соответствия им законодательства [3]. Согласно ч. 2 ст. 33 Закона «О международных договорах Республики Беларусь» в нашей стране общепризнанные принципы международного права и нормы вступивших в силу международных договоров являются частью права, действующего на территории Республики Беларусь, и подлежат непосредственному применению, кроме случаев, когда из договора следует, что для применения норм требуется принятие внутригосударственного нормативного правового акта, и имеют силу этого акта [4]. Аналогичная норма содержится в ст. 20 Закона «О нормативных правовых актах Республики Беларусь» [5].

Таким образом, можно констатировать отсутствие в белорусском законодательстве норм, однозначно определяющих место решений органов ЕАЭС в национальной системе права, в отличие от Российской Федерации, где на уровне ст. 15 Конституции закреплён приоритет норм международного договора над нормами законов Российской Федерации [6].

В связи с этим возникает необходимость совершенствования имплементационного механизма. Возможна гармонизация законодательства Республики Беларусь для единообразного включения решений органов ЕАЭС в систему национального права.

Литература

1. Евразийский экономический союз (ЕАЭС) [Электронный ресурс] // Евразийский экономический союз. — Режим доступа: <http://www.eaeunion.org/#about>. — Дата доступа: 19.03.2016.
2. Договор о Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс] // Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by>. — Дата доступа: 19.03.2016.

3. Конституция Республики Беларусь 1994 года : с изм. и доп., принятые на реп. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. // 10-е изд., стер. — Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. — 62 с.

4. О международных договорах Республики Беларусь : Закон Респ. Беларусь, 23 июля 2008 г., № 421-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2008. — № 184. — 2/1518.

5. О нормативных правовых актах Республики Беларусь : Закон Респ. Беларусь, 10 янв. 2000 г., № 361-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2000. — № 7. — 2/136.

6. Конституция Российской Федерации : принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г. : офиц. текст. — М. : Юрист, 2005. — 56 с.

Я.В. Миненко
Ю.В. Полякова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат юридических наук И.П. Манкевич

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ГЕННО-ИНЖЕНЕРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Генно-инженерная деятельность — деятельность, связанная с созданием генно-инженерных организмов, высвобождением их в окружающую среду для проведения испытаний, использованием в хозяйственных целях, ввозом в Республику Беларусь, вывозом из Республики Беларусь и транзитом через ее территорию генно-инженерных организмов, их хранением и обезвреживанием.

Генетически модифицированный организм (далее — ГМО) — живой организм, содержащий новую комбинацию генетического материала, полученного с помощью генетической инженерии [1]. Основным видом генетической модификации в настоящее время является использование трансгенов для создания трансгенных организмов [2].

Цель использования ГМО — повышение урожайности овощей, фруктов и зерновых, их устойчивости к вредителям и погодным условиям [1]. Генетические изменения, как правило, производятся в научных или хозяйственных целях. Наиболее распространенные продукты с ГМО — пшеница, кукуруза, соя, картофель и практически все овощи, рапс, табак, клубника.

В Европе с 2004 г. действует норма содержания ГМО в продуктах — не более 0,9 %, если в продуктах присутствуют ГМ-элементы, еще не утвержденные Правительством, но получившие позитивную оценку Европейской ассоциации продовольственной безопасности (EFSA), то этот порог опускается до 0,5 %. Выше этого уровня продукт уже не может быть допущен на рынок [3]. В Японии — 5 %, в США — 10 %. В Греции, Франции и Италии обязательной маркировке подлежат вся продукция, содержащая любое количество генетически мо-

дифицированных компонентов. В Республике Беларусь, если генно-модифицированные компоненты определяются в продуктах питания в размере более 0,9 %, информация об этом должна быть указана на упаковке. Максимальной нормы содержания ГМО в продуктах в законодательстве Республики Беларусь на данный момент нет.

Правовую основу всему ранее сказанному о ГМО в Республике Беларусь составляет Закон Республики Беларусь от 9 января 2006 г. № 96-З «О безопасности генно-инженерной деятельности». В ст. 10 Закона Республики Беларусь от 29 июня 2003 г. № 217-З «О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека» прописывается регламент информации о качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов: указание на то, что продовольственное сырье и пищевые продукты содержат генно-инженерные организмы (для продовольственного сырья и пищевых продуктов, в которых содержится более 0,9 % генно-инженерных организмов).

Таким образом, нами выявлены пробелы, которые, на наш взгляд, требуется устранить путем внесения дополнений в законодательство Республики Беларусь, а именно в санитарные нормы и правила, которые устанавливает Министерство здравоохранения. Предлагаем ввести максимальную норму содержания ГМО в продовольственном сырье и пищевых продуктах, поскольку законодательство четко его не устанавливает.

Литература

1. О безопасности генно-инженерной деятельности [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 9 янв. 2006 г. № 96-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 04.01.2014 г. № 130-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. реестр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

2. Increased potential for early warning and capacity building on food safety [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.fao.org/documents/en/>. — Date of access: 04.03.2016.

3. The European Union's new labelling rules for genetically engineered food and feed [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.greenpeace.org/>. — Date of access: 04.03.2016.

А.В. Пезик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат юридических наук Е.В. Чичина

КОНТРАКТ КАК ОСОБЫЙ ВИД ТРУДОВОГО ДОГОВОРА

Контракт — это разновидность срочного трудового договора, который заключается в письменной форме на определенный законода-

тельством срок и содержит особенности по сравнению с общими нормами законодательства о труде.

В настоящее время это самый распространенный вид трудового договора (по данным Еврокомиссии, более 90 % белорусов работают именно по контрактам). Контракт нашел применение на многих предприятиях и в организациях всех форм собственности.

Почему же контракт так понравился нанимателю?

У работника в период действия с ним контракта нет возможности уволиться по собственному желанию — только по соглашению сторон, что дает право нанимателю не давать такого согласия и фактически удерживать работника на рабочем месте до истечения срока трудового контракта.

Контракт может предусматривать дополнительные основания досрочного расторжения контракта по инициативе нанимателя (нарушение правил техники безопасности, причинение имущественного ущерба государству, юридическому или физическому лицу, распитие спиртных напитков и т.п.).

По истечении срока контракта наниматель вправе прекратить трудовые отношения с работником без указания каких-либо дополнительных причин и независимо от результатов трудовой деятельности работника.

Из преимуществ контракта можно выделить следующие:

1) повышение тарифной ставки (не более чем на 50 %, если больший размер не предусмотрен законодательством);

2) предоставление дополнительного поощрительного отпуска с сохранением заработной платы до пяти календарных дней.

Хотя чаще всего на практике наниматели, заключая контракты с работниками, стремятся по максимуму избежать экономических издержек, связанных с необходимостью предоставления указанных дополнительных мер стимулирования труда. В частности, достаточно распространенной является практика установления в контракте дополнительного поощрительного отпуска с сохранением заработной платы продолжительностью 1 календарный день и повышение тарифной ставки на 1 % (а иногда и меньше 1 %) . Требования законодательства формально соблюдены, но фактически отнести указанные положения к мерам реального экономического стимулирования труда представляется достаточно сложным. Практика также свидетельствует, что наниматели предпочитают избегать установления более высокого размера компенсаций за ухудшение правового положения работника за счет собственных средств, хотя такое право также предоставлено нанимателям действующим законодательством о контрактах.

Таким образом, мы считаем, что контрактную форму найма необходимо включить в отдельную главу Трудового кодекса Республики Беларусь (ведь заключение трудового договора (контракта) является основанием возникновения трудового правоотношения, т.е. с момента

заключения трудового договора (контракта) его стороны — работник и наниматель — связываются взаимными правами и обязанностями), а также установить нижние границы продолжительности дополнительного поощрительного отпуска, например, 3 календарных дня, и повысить тарифную ставку, например, не менее чем на 25 %.

Подводя итог вышесказанному, мы считаем, что закрепление норм, регулирующих контрактную форму найма в Трудовом кодексе Республики Беларусь, установление минимальных (а не максимальных) пределов дополнительных мер стимулирования труда будет способствовать реальной и действительной защите прав работников, работников по контракту.

О.О. Савченко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат юридических наук И.П. Манкевич

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ В СИТУАЦИИ ВООРУЖЕННЫХ КОНФЛИКТОВ

Развитие, систематизация и применение международного экологического законодательства представляют собой одну из главных задач для государств. Одним из факторов нарастающего глобального экологического кризиса является большое количество вооруженных конфликтов в различных точках мира. Современные методы и средства ведения вооруженных конфликтов наносят сложный для оценки вред и требуют своевременного принятия актов для охраны окружающей среды на самом высоком уровне [1].

На данный момент основными правами окружающей среды являются многосторонние международные договоры, рамочные соглашения, соглашения, заключенные на региональном уровне, а также двусторонние договоры [2, с. 546]. Все они содержат нормы, направленные на защиту окружающей среды в целом, не затрагивая либо косвенно затрагивая такую проблему, как существование вооруженных конфликтов.

К специальным природоохранным международным договорам можно отнести Конвенцию о запрещении военного или любого иного враждебного использования средств воздействия на природную среду 1977 г., Конвенцию об охране мигрирующих видов диких животных 1979 г., Конвенцию о трансграничном загрязнении воздуха на большие расстояния 1979 г. и т.д. Примерами резолюций Генеральной Ассамблеи ООН являются: Резолюция «Экономическое развитие и охрана природы», Резолюция «Об исторической ответственности государств за сохранение природы Земли для нынешнего и будущих поколений», Декларация принципов и План действий,

Декларация по окружающей среде и развитию 1992 г., Декларация тысячелетия (2000 г.) и т.д. К рамочным соглашениям, например, относят Конвенцию о запрещении военного или любого иного враждебного использования средств воздействия на природную среду 1976 г., Рамочную конвенцию ООН об изменении климата 1992 г., Конвенцию об изменении климата и Конвенцию о биологическом разнообразии, подписанные в Рио-де-Жанейро в 1992 г., и некоторые другие. Примером региональной конвенции является Конвенция о трансграничном загрязнении воздуха на большие расстояния 1979 г. и иные.

Каждый из приведенных источников, закрепляющих общие принципы охраны окружающей среды, содержит себе в нормы и принципы, обязательные для страны, подтвердившей свое присоединение к конкретному акту. Однако охрана окружающей среды представляет собой специфический объект регулирования: экологические последствия многих негативных явлений являются транснациональными и не знают деления на государства. К тому же не всегда между странами, терпящими экологический ущерб, заключены все необходимые соглашения об окружающей среде.

Анализ актов, защищающих окружающую природную среду, показывает, что международное экологическое право нуждается в своем дальнейшем развитии и закреплении всех существующих фактически отношений. Однако область законодательства, призванная представлять защиту окружающей среды непосредственно в ситуации вооруженного конфликта, является неразработанной и нуждается в своей правовой регламентации. Актуальность таких новелл обуславливает высокое количество вооруженных конфликтов в мире. Одним из мероприятий, способных произвести быстрое и качественное улучшение подобного законодательства, может стать создание Международного экологического трибунала, а также развитие национального экологического законодательства.

Литература

1. *Хенкертс, Ж.-М.* Обычное международное гуманитарное право. Том I. Нормы / Ж.-М. Хенкертс, Л. Досвальд-Бек. — М. : МККК, 2006. — 818 с.
2. *Васильева, Л. А.* Международное публичное право : учеб. пособие / Л. А. Васильева, О. А. Бакиновская. — Минск : ТетраСистемс, 2010. — 576 с.

К.Ю. Сидорович

Н.А. Унтон

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат юридических наук О.А. Безлюдов

БАНКОВСКАЯ ТАЙНА

В науке банковского права недостаточно исследованы вопросы, касающиеся банковской тайны. Цель нашей работы — анализ действия банковской тайны на территории Республики Беларусь.

Необходимо отметить, что законодательством Республики Беларусь определен исчерпывающий перечень государственных органов, которым кредитная организация предоставляет сведения, составляющие банковскую тайну [1].

Считается целесообразным внесение в Банковский кодекс Республики Беларусь изменения, исключив налоговые органы из перечня государственных органов, которым выдаются справки по операциям и счетам юридических лиц и граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность [2; 3, с. 71–86].

Как известно, органам предварительного следствия информация, составляющая банковскую тайну, предоставляется при наличии двух условий: во-первых, только по возбужденным уголовным делам, находящимся в их производстве, и, во-вторых, с согласия прокурора. Во всех иных случаях предоставление сведений, составляющих банковскую тайну, органам предварительного следствия, а также иным правоохранительным органам является неправомерным [4, с. 46–47].

Отметим, что нами было проанализировано действие банковской тайны на территории Республики Беларусь.

Так, нами были использованы следующие методы анализа:

1. Опрос на форуме (<http://forum.onliner.by/>).
2. Электронный запрос в белорусские банки следующего содержания: «Если я (физическое лицо) размещу в вашем банке вклад на сумму 10 тыс. дол. США, будете ли вы сообщать об этом кому-либо? Если будете, то кому и в каких случаях?».
3. Анкетирование среди банковских служащих.

Проведя опрос на форме, проанализировав ответы банков на наш запрос, а также результаты анкетирования, мы пришли к следующим выводам.

На данный момент на территории Республики Беларусь понятие «банковская тайна» на практике почти не применяется. Причина — незнание работниками банков содержания банковской тайны.

На основании вышеизложенного представляется целесообразным предложить банкам провести тренинг по обучению своих сотрудников материалам, содержащимся в Банковском кодексе Республики Беларусь, а в частности в ст. 121.

Литература

1. Викулин, А. Ю. Банковская тайна как объект правового регулирования / А. Ю. Викулин // Государство и право / А. Ю. Викулин. — М., 1998. — Гл. 7. — С. 72.
2. Банковский кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей 3 окт. 2000 г. : одобр. Советом Респ. 12 окт. 2000 г. : текст правового акта с изм. и доп. по состоянию на 1 янв. 2014 г. — Минск : Амалфея, 2014. — 185 с.
3. Агарков, М. М. Основы банковского права. Учение о ценных бумагах : учеб. пособие / М. М. Агарков. — М. : Волтерс-Клувер, 2005. — 196 с.
4. Карчевский, С. Банковская тайна: проблемы правового регулирования / С. Карчевский // Хозяйство и право. — М., 2000. — № 4. — С. 46–47.

Е.А. Старостина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.В. Гавриленко

ПРАВОВОЙ ОБЫЧАЙ КАК ИСТОЧНИК ПРАВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Правовой обычай является древнейшим источником права. Данная форма права возникла на самых ранних этапах правового развития в раннеклассовых городах-государствах. Определение понятия «правовой обычай» следует начать с рассмотрения значения самого слова «обычай». «Обычай» — общепринятый порядок, традиционному установившееся правило общественного поведения. Такое определение можно считать подходящим и тогда, когда речь идет об обычае в юридическом смысле.

В современной юридической науке различные авторы предлагают свои определения правового обычая. Российский правовед Е.В. Ермакова определяет правовой обычай в качестве неписанной формы закрепления правовых норм, не имеющей, как правило, четко определенного текстуального выражения. Белорусский правовед Г.А. Васинович под правовым обычаем понимает санкционированное государством, ранее сложившееся в результате многократного повторения правило поведения. Исходя из всего вышесказанного, мы приходим к выводу, что правовой обычай можно определить как неписаное правило поведения, сложившееся вследствие его фактического и многократного применения в течение длительного времени и признаваемое государством в качестве общеобязательного.

Далеко не все обычаи, господствующие в общественной среде, являются правовыми. Таковыми они становятся, если санкционирова-

ны государством. Правовой обычай в Республике Беларусь довольно широкое распространение получил в сфере гражданского и хозяйственного права.

Так, в ст. 222 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее — ГК) сказано: «в случаях, когда в соответствии с законодательством общим разрешением, данным собственником, или в соответствии с местным обычаем в лесах, водоемах или на другой территории допускается сбор ягод, лов рыбы, сбор или добыча других общедоступных вещей и животных, право собственности на соответствующие вещи приобретает лицо, осуществляющее их сбор или добычу».

Правовой обычай нашел свое закрепление и в актах судебных органов, например, в п. 44 постановления Президиума Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь от 26 июня 2013 г. № 25 «Об утверждении Методических рекомендаций о некоторых вопросах рассмотрения хозяйственными судами Республики Беларусь дел с участием иностранных лиц и оказания правовой помощи».

Как представляется, государство должно поддерживать и развивать обычаи, придавая им правовую конфигурацию, так как большинство наций и народов стремится сохранить свои прогрессивные традиции и обычаи прежде всего путем их формального закрепления. В этом смысле и правовой обычай, и обычное право выражают народное представление о справедливости и праве.

Таким образом, по результатам исследования можно сформулировать следующие выводы:

- правовой обычай является самостоятельным источником права и сохраняет свое значение в ряде отраслей (международное частное право, торговое право, хозяйственное право);
- в Республике Беларусь правовой обычай признается в качестве источника преимущественно в хозяйственных правоотношениях;
- ссылки на правовой обычай как источник права содержатся в ГК, Кодексе торгового мореплавания, актах судебных органов;
- в Республике Беларусь в открытом доступе фактически отсутствует информация по практике применения обычая как источника права. Для разрешения данной проблемы считаем целесообразным подготовку Верховным Судом Республики Беларусь обзора судебной практики по вопросу использования правового обычая как источника права в гражданских и экономических делах.

Д.С. Уздякин
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор юридических наук Д.М. Демичев

К ВОПРОСУ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СОЮЗОВ

Профессиональные союзы в настоящее время играют ведущую роль в деле защиты прав и интересов своих членов. Право каждого на объединение в профсоюзы, их создание для защиты своих экономических и социальных интересов прямо закреплено в ст. 41 Конституции Республики Беларусь. Специальное упоминание профсоюзов в акте высшей юридической силы свидетельствует об особой роли и значении профсоюзов в жизни общества.

Вместе с тем Основной закон нашего государства, признавая существование в гражданском обществе такого массового института, как профессиональные союзы, недостаточно полно регламентирует права по созданию и деятельности профессиональных союзов. В связи с этим было бы целесообразно дополнить Конституцию Республики Беларусь более детальной регламентацией прав по созданию и деятельности профессиональных союзов путем включения в ст. 41 после третьего абзаца новых абзацев следующего содержания: «При этом профессиональные союзы создаются на добровольных началах и независимы в своей деятельности. Профессиональные союзы вправе объединяться в федерации, создавать международные профессиональные союзы и присоединяться к ним. Пределы свободы объединения в профессиональные союзы, а также иных профсоюзных прав могут подлежать только таким предусмотренным законом ограничениям, какие допускаются международными договорами, ратифицированными Республикой Беларусь».

В Основном законе нашего государства также было бы целесообразно расширить количество субъектов, обладающих правом законодательной инициативы. В частности, по нашему мнению, такое право следовало бы предоставить Федерации профсоюзов Беларуси (далее — ФПБ), которая, являясь крупнейшим объединением профессиональных союзов в Республике Беларусь, в настоящее время насчитывает в своих рядах свыше 4 млн человек, что составляет более 96 % трудоспособного населения республики. В целях отстаивания интересов работников ФПБ приходится постоянно проявлять активность в правотворчестве по социальным и экономическим вопросам, используя совещательные полномочия. Представители ФПБ участвуют в рабочих группах по подготовке законодательных актов, проводят их экспертизу и дают замечания по поступающим от других органов проектам. В связи с этим на практике нередко происходит так, что предложения профсоюзов, идущие вразрез с позицией государственных органов, на деле не принимаются во внимание, а так и остаются только на бума-

ге. Во избежание повторения подобного впредь было бы совершенно справедливым предоставить право законодательной инициативы наряду с другими государственными органами и должностными лицами также и ФПБ, членами которой является подавляющее большинство экономически активного населения республики. Для этого необходимо первый абзац ст. 99 Конституции Республики Беларусь изложить в новой редакции: «Статья 99. Право законодательной инициативы принадлежит Президенту, депутатам Палаты представителей, Совету Республики, Правительству, Федерации профсоюзов Беларуси, а также гражданам, обладающим избирательным правом, в количестве не менее 50 тысяч человек и реализуется в Палате представителей». Предложенные выше меры совершенствования конституционно-правового регулирования деятельности профсоюзов будут способствовать оказанию более активной помощи профсоюзами государству с целью обеспечения социального мира в белорусском обществе и стабильности в развитии национальной экономики.

Е.М. Холод

Международный университет «МИТСО» (Минск)

Научный руководитель — кандидат юридических наук И.П. Манкевич

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИСТОЧНИКОВ МЕЖДУНАРОДНОГО ЧАСТНОГО ПРАВА

В настоящее время необходимость усовершенствования международного частного права (далее — МЧП), в том числе и его источников, подтверждают следующие факты: развитие международных отношений, рост мировой экономики в связи с развитием научно-технического прогресса и расширением экономической взаимозависимости государств, а также миграция населения.

Необходимо отметить, что особенности источников той или иной системы или отрасли права зависят от сущности, природы этого права, которая определяется особенностями объекта правового регулирования [1, с. 69]. По мнению В.Г. Тихини, источники МЧП — акты компетентных органов, устанавливающие или санкционирующие нормы МЧП [4, с. 27]. Существуют следующие виды источников МЧП: международные договоры, внутреннее законодательство, международные обычаи и судебный прецедент [2, с. 30–31]. Г.А. Василевич относит к этому списку и общие принципы права [3, с. 8].

Международные договоры играют ключевую роль в развитии и становлении МЧП, поскольку на их основе происходит унификация норм МЧП. В свою очередь, обычаи — это неписаные единообразные правила поведения, которые устоялись, систематически применяются и отступление от них невозможно [4, с. 39]. Существуют и специаль-

ные законы, регулирующие общественные отношения с иностранным элементом. Г.А. Василевич отмечает, что «в белорусском праве сложилась ошибочная точка зрения, не признающая судебный прецедент как источник права» [3, с. 94]. Таким образом, судебные прецеденты используются и в романо-германском праве.

Несмотря на то что источники МЧП достаточно широко освещены в юридической доктрине, ученые-правоведы по ряду вопросов на сегодняшний день не могут прийти к единственному мнению, поскольку существует ряд трудностей: не определена юридическая природа норм международных договоров МЧП; не определено, какие правила следует относить к обычаям МЧП; существуют противоречивые мнения по поводу внутреннего законодательства как источника МЧП. Более того, ряд международных организаций занимается международной унификацией для урегулирования правоотношений с иностранным элементом, однако этого недостаточно.

С учетом изложенного считаем, что Республике Беларусь необходимо стремиться к единообразному применению норм права внутри стран с помощью унификации через кодификацию источников МЧП (создание закона о МЧП): межотраслевой (Франция), автономной (Польша) или автономной комплексной (Швейцария).

Литература

1. *Ануфриева, Л. П.* Международное частное право : учеб. пособие / Л. П. Ануфриева, К. А. Бякешев. — 2-е изд. — М. : Проспект, 2008. — 688 с.
2. *Барышев, В. А.* Международное частное право : учеб. пособие / В. А. Барышев. — Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2013. — 423 с.
3. *Василевич, Г. А.* Источники белорусского права: принципы, нормативные акты, обычаи, прецеденты, доктрина / Г. А. Василевич. — Минск : Тесей, 2005. — 136 с.
4. *Тихиня, В. Г.* Международное частное право : учеб. пособие / В. Г. Тихиня. — Минск : Книжный дом, 2007. — 320 с.

СЕКЦИЯ 12

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ

И.Г. Алексеевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор экономических наук Г.О. Читай

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ РАСЧЕТЫ В МОДЕЛИ ДИНАМИКИ ГОРОДСКИХ СИСТЕМ (МОДЕЛЬ ЛОРЕНЦА)

В данной работе проанализированы результаты компьютерных экспериментальных расчетов в модели динамики городских систем.

Целью работы является изучение поведения системы при изменении заданного набора параметров, т.е. определение возможности введения управляемости системы.

Для иллюстрации хаотических явлений в дифференциальных уравнениях наиболее известна система Лоренца. Введем в данную систему дополнительные переменные: X — объем продукции, производимый городской системой, Y — численность коренного населения, Z — земельная рента.

Теперь рассмотрим городскую систему, предполагая, что любые изменения экономических условий в городской системе не влияют на окружение, которое остается структурно устойчивым в течение времени наблюдения:

$$\begin{cases} \frac{dX}{dt} = a_1 (a_2 Y - a_3 X), \\ \frac{dY}{dt} = c_1 (c_2 X - c_3 Y) - c_4 XZ, \\ \frac{dZ}{dt} = d_1 XY - d_2 Z, \end{cases}$$

где a_i, b_i, c_i — положительные параметры [1, с. 171].

Данная модель была реализована с помощью расширения программы MatLab — Simulink. С ее помощью проведем экспериментальные расчеты.

Установим параметр спроса на городскую продукцию $a_2 = 15$, а параметр предложения $a_3 = 8$. Предположим, что существует недостаток рабочих мест, поэтому установим коэффициент спроса на труд c_2 меньше, чем предложение $c_3 / c_2 = 1$, $c_3 = 2$. Также примем коэффициент c_4 равным 3, предполагая, что люди не могут позволить покупку

недвижимости с высокой ценой на землю. Установим d_1 и d_2 соответственно в размере 0,9 и 1,1.

Построив график, видим, что в связи с низким спросом на труд и достаточно высокой земельной рентой количество населения стремительно уменьшается. Спустя некоторое время, однако, стабилизируется.

Теперь кардинально изменим ситуацию: повысим спрос на труд $c_2 = 1,5$, также изменим коэффициенты $c_1 = 2$ и $c_4 = 1$, таким образом увеличив рост населения и возможность покупки им недвижимости.

Изменив численность населения в большую сторону, видим изменения: так как теперь предложение труда значительно увеличилось, то значительно возросли и рента, и выпуск продукции.

И хотя реальная экономическая система не может быть полностью описана никакой, даже самой предусмотрительной моделью, тем не менее она может дать много информации о развитии событий. Такие модели служат скорее не для получения конкретных прогнозных показателей, а дают возможность предвидеть общую картину развития событий и избежать нежелательной динамики экономической системы.

Таким образом, данная модель дает возможность глубже исследовать основные тенденции развития города.

Литература

1. *Занг, В. Б.* Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной теории / В. Б. Занг. — М. : Мир, 1999. — 335 с.
2. *Sparrow, C.* The Lorenz Equations: Bifurcations, Chaos, and Strange Attractors / C. Sparrow. — NY : Springer-Verlag Inc., 1982. — 268 p.

Л. В. Барановская
Е. А. Гутич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат технических наук М. Н. Садовская

ПРОБЛЕМА КИБЕРЗАЩИТЫ БАНКОМАТОВ

Целью данного исследования является определение степени распространения банкоматов в мире, изучение способов осуществления атак на банкоматы, исследование существующих способов их защиты, анализ числа атак и величины потерь европейских банкоматов и прогноз их изменения на ближайшую перспективу, а также изучение данной проблемы в Беларуси.

Усиление конкуренции в банковском секторе и стремление банков сократить расходы привели к широкому распространению сети банкоматов во всем мире. Одновременно с развитием банкоматной сети растет и количество случаев банкоматного мошенничества. Основными физическими способами атак на банкоматы являются: ским-

минг (крепление к банкомату считывающего переносного устройства), траппинг (использование фотопленки, препятствующей возвращению карты из банкомата) и установка фальшивых банкоматов. На программном уровне используют такие вредоносные программы, как Ploutus (удаленный контроль банкомата через мобильный телефон), Dump Memory Grabber (сканирует память банкоматов на наличие данных банковских карт) и др.

Изучив отчеты Европейской группы по вопросам обеспечения безопасности банкоматов, было выявлено, что за последние десять лет количество банкоматов в Европе увеличилось втрое. На основе данных о банкоматных мошенничествах в Европе с 2007 г. по 2015 г. была разработана математическая модель прогноза изменения числа атак на ближайшие 5 лет (1)

$$y = 17,725x^4 - 419,73x^3 + 2670,5x^2 - 2455,7x + 6408,7, \quad (1)$$

где x — год, y — количество атак.

По данной модели предполагается, что к 2017 г. число атак на банкоматы сократится в 2,5 раза по сравнению с 2015 г., что объясняется внедрением новых систем защиты. Однако начиная с 2018 г. опять ожидается рост числа преступлений в банкоматной индустрии Европы, что может быть связано с приспособляемостью мошенников к существующим системам безопасности.

Анализ отчетов Европейской группы с 2007 г. по 2015 г. позволил построить математическую модель прогноза потерь европейских банков от мошеннических атак на ближайшую перспективу (2)

$$y = 2,0682x^2 - 62,098x + 522, \quad (2)$$

где x — год, y — величина потерь, млн евро.

Согласно модели в ближайшие пять лет потери европейских банков могут сократиться на 40 %, что объясняется развитием противодействия банкоматным преступлениям. В период с 2020 г. по 2024 г. будет наблюдаться рост потерь денежных средств, что потребует поиска новых мероприятий безопасности.

В Беларуси, как и во всем мире, наблюдается активный рост сетей банкоматов. По данным Всемирного банка на 2016 г., в расчете на 100 тыс. человек в Беларуси приходится на 15 % больше банкоматов, чем в среднем в мире, причем, по данным агентства Interfax, в 100 % атак преступников находят и ущерб возмещают.

Среди наиболее распространенных способов защиты банкоматов от мошеннических атак выделяют использование технологии «белого списка», шифрование трафика банкоматов и оборудование банкоматов системами видеонаблюдения.

Таким образом, в работе достигнуты следующие результаты: изучены способы осуществления кибератак и защиты банкоматов; разработаны математические модели прогнозирования числа кибератак на

банкоматы на ближайшие 5 лет и потерь от кибератак на ближайшие 10 лет; выявлено, что сеть банкоматов Беларуси обладает достаточной защитой от кибератак.

Литература

Гамза, В. Безопасность банковской деятельности / В. Гамза, И. Жилкин. — М. : Юрайт, 2014. — 528 с.

EAST Publishes European Fraud Update 2016 [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.european-atm-security.eu/files/EAST-publishes-European-Fraud-Update-1-2016-for-release-to-the-media-on-7th-March-2016.pdf/>. — Date of access: 18.04.2016.

В.В. Барташова
П.А. Замбрижская
БГЭУ (Минск)

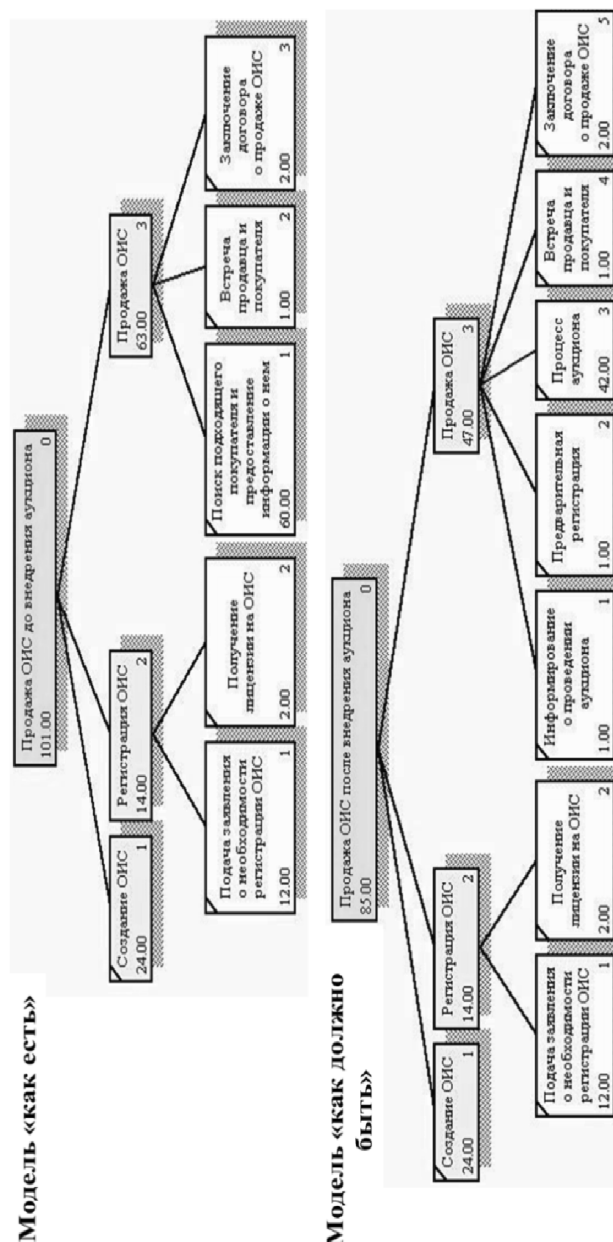
Научный руководитель — кандидат технических наук М.Н. Садовская

КОМПЬЮТЕРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Необходимость торговли объектами интеллектуальной собственности (ОИС) для многих компаний становится важным аспектом в современной модели ведения бизнеса. В свою очередь, поиск путей ускорения торговли поможет развить рынок интеллектуальной собственности (ИС) в стране в целом и увеличить конкурентоспособность белорусских организаций.

В настоящее время продажа ОИС в Беларуси происходит путем поиска покупателя автором самостоятельно или прибегая к услугам брокеров. В других странах существует еще один вариант продажи — аукционы. Поэтому, изучив практику продажи ОИС на зарубежных аукционах, авторы поставили задачу определить, действительно ли аукционы можно внедрять как средство ускорения продажи ИС в Республике Беларусь.

Для обоснования данной гипотезы использовался инструментальный программ компьютерного моделирования. Для сравнения программ использовалось программное средство поддержки принятия решений AssistantChoice, которое позволило выявить оптимальную программу моделирования AllFusion Process Modeler r7. В выбранной программе была построена модель процесса продажи ОИС в Республике Беларусь по технологии, существующей в настоящее время, — модель «как есть», и после внедрения аукциона — модель «как должно быть» (рисунок).



Модели бизнес-процесса продажи ОИС

Модель «как есть» состоит из трех основных этапов: создание ОИС, регистрация ОИС — подача заявления о необходимости регистрации объекта и получение лицензии; продажа ОИС — поиск покупателя, встреча покупателя и продавца, заключение договора о продаже ОИС.

В модели «как должно быть» первые два этапа совпадают с моделью «как есть». Однако третий этап подразделяется на информирование о проведении аукциона, прохождение предварительной регистрации, процесс аукциона, встречу покупателя и продавца и заключение договора о продаже ОИС.

Анализ двух моделей основывался на сравнении временных затрат процесса продажи ОИС. В целом благодаря внедрению аукциона процесс продажи ОИС ускорится на 16 месяцев, что, в свою очередь, будет способствовать созданию новых ОИС и развитию рынка ИС Республики Беларусь. Следует отметить, что продажа через аукционы позволит повысить стоимость ОИС, так как на объект может быть несколько покупателей. Например, при проведении аукционов интеллектуальной собственности в Российской Федерации стоимость объекта увеличивалась на 10–15 %.

Таким образом, анализ длительности двух моделей показал, что аукционы ускоряют продажу ОИС и повышают их стоимость. Поэтому авторами предлагается запустить создание аукциона торговли ОИС в Республике Беларусь на базе Национального центра интеллектуальной собственности в виде электронной торговой площадки, так как данная организация располагает всеми необходимыми ресурсами, а именно административными, информативными и трудовыми.

Е.Ю. Бойсина
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — кандидат физико-математических наук
С.С. Белявский*

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА ПАРАМЕТРОВ ДИНАМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Цель настоящей научной работы — проверить возможность определения параметров динамической модели эконометрическими методами на примере модели городской системы [1]. Такой подход к решению задачи определения параметров предложен в [2].

Пусть характеристики городского пространства описываются следующими тремя переменными:

X — продукция, производимая городской системой;

Y — численность коренного населения;

Z — стоимость квадратного метра недвижимости.

$$\begin{cases} \frac{dX}{dt} = a_1(a_2Y - a_3X), \\ \frac{dY}{dt} = b_1(b_2X - b_3Y) - b_4XZ, \\ \frac{dZ}{dt} = c_1XY - c_2Z. \end{cases} \quad (1)$$

Сложность моделирования этой динамической системы дифференциальных уравнений состоит в подборе параметров системы [3]. Одним из способов их определения может послужить метод наименьших квадратов.

Предполагается, что имеются дискретные значения данных переменных динамической системы. На основе уравнений динамической системы строятся эконометрические уравнения. Они имеют такой же вид, как и уравнения динамической системы, только вместо производных взяты приращения соответствующих переменных, которые и являются эндогенными переменными. Найденные коэффициенты эконометрических уравнений подставляются в динамическую систему.

Для практического применения данного способа определения параметров городской системы были взяты данные по г. Калинковичи. Убедившись в том, что параметры эконометрических уравнений статистически значимы, получили следующую динамическую модель:

$$\begin{cases} \frac{dX}{dt} = 0,042Y - 0,189X, \\ \frac{dY}{dt} = 0,01977X - 0,00063Y - 0,00522XZ, \\ \frac{dZ}{dt} = 0,054XY + 0,097Z. \end{cases} \quad (2)$$

Исследования поведения решений системы (2) проводились с использованием пакета Matlab/Simulink.

Известно, что система Лоренца диссипативна [1], а следовательно, диссипативна и система (2). В работе показано, что система (2) не имеет устойчивой особой точки. Чтобы система имела стабильное развитие, нужны внешние воздействия, которые можно смоделировать, введя в систему возмущающие функции.

Литература

1. Занг, В. Б. Синергетическая экономика. Время и переменны в нелинейной теории / В. Б. Занг. — М. : Мир, 1999. — 354 с.
2. Белявский, С. С. Исследование динамической модели спроса взаимозависимых и взаимодополняющих товаров / С. С. Белявский // Шестые

Богдановские чтения по обыкновенным дифференциальным уравнениям : материалы Междунар. мат. конф. — Ч. 2. — 2015. — С. 8, 9.

3. Самарский, А. А. Математическое моделирование. Методы. Идеи. Примеры / А. А. Самарский, А. П. Михайлов. — М. : Физматлит, 2001. — 203 с.

Т.А. Бутько

Е.А. Мрочек

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат физико-математических наук

Н.Г. Токаревская

ПРИМЕНЕНИЕ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Целью исследования является изучение возможностей географических информационных систем (ГИС) и применение их для анализа демографического потенциала Республики Беларусь.

ГИС-технологии в демографическом анализе находят широкое применение для оценки состава населения и для принятия решения об обустройстве различных объектов социальной инфраструктуры. Например, планирование нагрузки на средние школы, детские сады и медицинские учреждения [1].

Был проведен анализ демографической ситуации в Республике Беларусь по состоянию на 01.01.2016 с использованием ArcViewGIS 3.2.

На первом этапе работы мы провели анализ обрабатываемых демографических данных для подбора необходимой электронной карты-основы. Из-за отсутствия векторной темы появилась необходимость использования растрового изображения карты Беларуси с последующей его оцифровкой для получения векторного изображения.

На втором этапе осуществлялось создание атрибутивной таблицы векторной полигональной темы. В векторных темах каждому объекту соответствовала запись в атрибутивной таблице темы, характеризующая данный объект. Так, у нас полигональной темой является область, а записи в таблице — названия областей.

На третьем этапе осуществлялось картографирование на основании значений определенного поля в атрибутивной таблице. Одним из важных достоинств геоинформационного подхода является оперирование атрибутикой (семантикой) объектов. Большая часть производных демографических показателей, а именно все относительные показатели, показатели динамики, плотности, структуры населения, были рассчитаны средствами обработки атрибутивной информации в

ГИС. Таким образом, исходные данные для картографирования были представлены в единой сводной таблице.

Наиболее приемлемыми методами картографирования относительных демографических величин являются методы цветовых шкал (картограмм) (где более темному цвету соответствует большая численность населения, а более светлому — меньшая) и локализованных диаграмм [1]. Метод цветовых шкал мы использовали для сравнения миграции в регионах.

Второй метод был реализован в виде столбчатых диаграмм различного размера, нормализованных согласно численности населения районов. Такой способ применялся к отображению показателей общей рождаемости и смертности.

Таким образом, благодаря использованию ГИС в экономической географии были созданы карты, отражающие демографическое развитие регионов страны. Данные исследования позволяют решать прикладные научные задачи — разрабатывать конкретные региональные рекомендации регулирования и оптимизации демографических процессов для районов различных демографических типов в условиях реализации Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития.

Литература

1. Антипова, Е. А. Использование геоинформационных технологий в демографических исследованиях и картографировании сельского населения Беларуси / Е. А. Антипова, С. Мышляков, С. Страхов // Творческое наследие В. И. Чаславского и современность. — Саратов : СГУ, 2004. — С. 214–221.

2. Демография [Электронный ресурс] // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Режим доступа: http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/otrasli-statistiki/naselenie/demografiya_2/. — Дата доступа: 15.04.2016.

А.В. Доропиевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор экономических наук Н.И. Холод

ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ БАНКОМАТОВ

Достижение организациями своих стратегических целей во многом зависит от качества оказания услуг, которое должно соответствовать требованиям и ожиданиям заказчика. Однако успех компании также во многом зависит и от умения оптимизировать процессы оказания своих услуг.

Все банкоматы условно можно подразделить на высокоэффективные, позволяющие проводить большое число транзакций, и низ-

коэффициентные — малое число. В существующей модели время восстановления банкоматов одинаково для всех устройств и составляет 12 часов. Очевидно, что за счет сокращения времени обслуживания высокоэффективной группы банкоматов станет возможным осуществление n -го числа дополнительных операций посредством этих устройств, а это принесет компании больший доход.

Актуальность данной работы заключается в определении оптимального способа технического обслуживания банкоматов, при котором компания, предоставляющая указанную услугу, получает максимальную выгоду. Целью данного исследования является оптимизация работы банкоматов для получения компанией большей прибыли. Для достижения цели необходимо произвести разделение банкоматов на группы и найти для каждой из них оптимальное время обслуживания. Исследование проведено на базе данных ЗАО «Сервис Деск» — дочерней компании ОАО «БПС-Сбербанк» — по количеству транзакций и инцидентов, собранных по 649 банкоматам за 14 месяцев.

Для проведения исследования были использованы метод ABC-анализа, статистический подход, пакеты прикладных программ Matlab и Excel. В процессе работы была составлена экономико-математическая модель задачи, а также разработана автоматизированная программа для нахождения оптимального разбиения объектов на группы, времени обслуживания устройств и определения эффективности, заключающаяся в количестве дополнительных транзакций, которые позволит осуществить новая модель обслуживания.

В ходе проведения исследования было получено 72 решения. Затем путем анализа были отобраны три, представленные в таблице, каждое из которых оптимально при определенных условиях.

Эффективные решения

Номер решения	Количество банкоматов в каждой группе			Количество часов по каждой группе			Фонд использованного времени	Количество дополнительных транзакций
	Группа 1	Группа 2	Группа 3	Группа 1	Группа 2	Группа 3		
1	323	67	259	6	10	20	7788	37 549,63
2	290	112	247	6	12	18	7530	36 815,15
3	162	244	243	6	12	16	7788	25 287,45

Источник: собственная разработка.

Таким образом, если компания «Сервис Деск», учитывая имеющиеся договоры, по которым обслуживание банкоматов осуществляется в течение 12 часов, может позволить себе обслуживание третьей группы банкоматов в течение 20 часов, тогда оптимальным вариантом модели будет решение № 1 с эффективностью, равной 37 549

дополнительным транзакциям. Если же время обслуживания банкоматов, равное 20 часам, является недопустимым, а 18 часов является приемлемым и компания может себе позволить неиспользование 258 часов имеющегося фонда времени, составляющего 7788 часов, тогда оптимальным будет решение № 2 и компания ежемесячно в среднем сможет получать выгоду в виде 36 815 дополнительных транзакций. Если же время обслуживания банкоматов, равное 18 и 20 часам, является недопустимым и компания не может себе позволить неиспользование 258 часов имеющегося фонда времени, тогда применимо решение № 3 с эффективностью, равной 25 287 дополнительных транзакциям.

Результаты исследования целесообразно внедрить не только в ЗАО «Сервис Деск», но и в другие компании, занимающиеся обслуживанием банкоматов и других устройств самообслуживания, для повышения эффективности деятельности банка.

А.И. Ермаков
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор экономических наук Э.М. Аксень

ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ ТОРГОВЛИ ФИНАНСОВЫМИ АКТИВАМИ

В настоящее время актуальной проблемой для хозяйствующих субъектов и простых обывателей становится проблема сохранения своих денежных средств ввиду высоких темпов инфляции и высоких рисков, связанных с обесцениванием денежных средств. В связи с этим разумно было бы искать разнообразные способы защиты своих активов от обесценивания, следуя давнему тезису о том, что деньги должны работать. Одним из способов сохранить свои активы от инфляции является торговля на фондовых рынках, исследованию чего и посвящена данная статья. Основной целью было создание рабочей автоматической системы торговли финансовыми активами. В качестве инструментария были выбраны приложения Quik-Junior [1] и IDE Visual Studio Express [2] — ПО, находящееся в свободном доступе в Интернете. За основу алгоритма для торговли был взят свечной паттерн. В качестве входа в сделку используется свечной паттерн: две повышающиеся свечи дают сигнал на покупку, две понижающиеся — сигнал на продажу, т.е. при двух последовательно повышающихся свечах (текущая максимальная цена выше предыдущей и текущая минимальная цена выше предыдущей) мы входим в длинную позицию, при двух последовательно понижающихся (текущая максимальная цена ниже предыдущей и текущая минимальная ниже предыдущей) — в короткую, в конце

дня все позиции закрываем. При этом ограничим время входа только дневной сессией с исключением первого часа торгов. Определим стоп-лосс на сделку равным 1 %, соответственно тейк-профит выставим в 4 %. В этом случае мы получаем гарантированный доход, возможно, не такой большой, как мы могли бы получить, доведя до пика, но зато риск таким образом существенно уменьшается. Это и есть два управляющих рычага нашей системы. Сам алгоритм прост в исполнении и не требует особых затрат машинного времени. Однако необходимо вычислить оптимальные значения управляющих параметров системы, чтобы быть уверенными, что мы действительно защитим наши активы от обесценивания. В ходе имитации (1000 прогонов системы) было установлено, что оптимальные значения параметров находятся в соотношении 1:3 или 1:4, т.е., если стоп-лосс на уровне x , то тейк-профит должен составлять либо $3x$ либо $4x$ для того, чтобы обеспечить нам отсутствие риска. Результаты работы программы показали, что с заданными параметрами система дает прибыль в 33 % вложенных средств. Для тестирования «в полевых условиях» был создан тестовый кошелек на сайте агентства FINAM, который предоставляет доступ к реальным данным в реальном времени, но с задержкой в 3 секунды, чтобы избежать ситуации асимметрии информации и так называемого фронстранинга. После тестирования при вложенных 100 тыс. рос. руб. (курс на 15.07.2015) была получена прибыль в 33 128 рос. руб. после 1000 тактов работы. При этом было выиграно 24,26 % сделок, однако грамотная установка значений управляющих параметров (стоп-лосс — 1 %, тейк-профит — 4 %) позволила нам получить весомую прибыль и защитить наши средства от инфляции, более того, позволила приумножить наши активы. В связи с этим автор считает поставленную цель достигнутой.

Литература

1. Учебная торговая система Quick-Junior [Электронный ресурс] / FINAM. — Режим доступа: <http://www.finam.ru/investor/quikjunior/>. — Дата доступа: 15.07.2015.
2. Microsoft Visual Studio Express 2013 для Windows [Электронный ресурс] / Microsoft. — Режим доступа: <https://www.microsoft.com/ru-ru/download/details.aspx?id=44914>. — Дата доступа: 15.07.2015.

И.В. Зинович

О.А. Ванюк

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат физико-математических наук

Н.Г. Токаревская

ПРИМЕНЕНИЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ

Актуальность применения ГИС-технологий в экономических исследованиях обусловлена особенностями организации данных в геоинформационных системах (ГИС). ГИС — программно-аппаратный комплекс, способный работать с географически привязанной информацией [1].

Цель работы — проанализировать основные внешнеэкономические показатели развития областей и г. Минска с использованием ГИС-технологий.

Уровень развития внешнеэкономической деятельности области характеризуют основные ее внешнеэкономические показатели. Были выделены 2 основных показателя: валовый региональный продукт (ВРП) и внешнеторговая квота. Для наглядности анализа был разработан ГИС-проект в среде ArcView GIS.

Для сравнительного анализа были выбраны данные за 2014 и 2008 г. [2]. В 2014 г. объем ВРП в Брестской области увеличился, а в Витебской снизился по сравнению с 2008 г. (рис. 1).

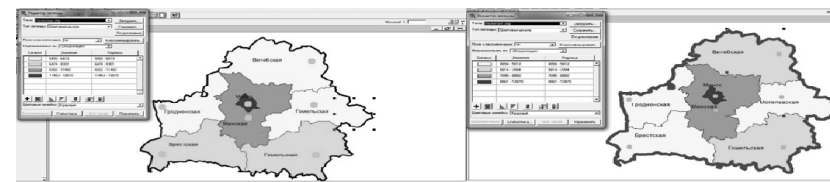


Рис. 1. ВРП по областям и г. Минску в 2014 и 2008 г. (млн дол.)

Источник: собственная разработка на основе [2].

Основной вклад в прирост ВРП Брестской области внесли сельское хозяйство и торговля. Наиболее сильное негативное влияние на снижение ВРП Витебской области оказала обрабатывающая промышленность.

По результатам данных внешнеторговой квоты Минску принадлежит основная роль на международной арене (рис. 2). Регионы экспортной модели имеют значительную долю экспорта в ВРП. К ним относятся Гомельская и Минская области. Витебская область характеризуется приграничной моделью, так как ее показатели не достигают экспортной модели. К остальным регионам были отнесе-

ны Гродненская, Брестская и Могилевская области. Данные регионы характеризуются низкой включенностью в систему международных экономических отношений.

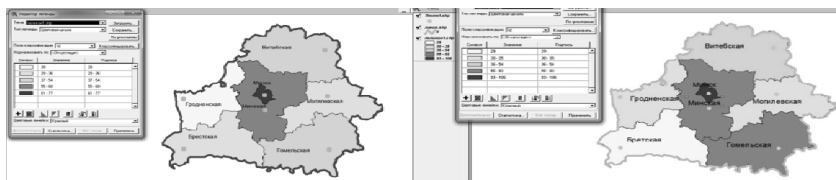


Рис. 2. Внешнеторговая квота по областям и г. Минску в 2014 и 2008 г. (%)

Источник: собственная разработка на основе [2].

Таким образом, разработанный ГИС-проект помог нам наглядно увидеть изменения во внешнеэкономическом развитии регионов в 2014 г. по сравнению с 2008 г.

Литература

1. Иконников, В. Ф. Геоинформационные системы: учебник / В. Ф. Иконников, А. М. Седун, Н. Г. Токаревская. — Минск: БГЭУ, 2010. — 110 с.
2. Официальная статистика [Электронный ресурс] / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 04.04.2016.

А.Н. Ильюкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.С. Оскерко

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И СИСТЕМЫ В МЕДИЦИНЕ

Одним из ценнейших ресурсов общества является информация. Современное общество живет в период, характеризующийся небывалым увеличением информационных потоков во всех сферах жизни человека, в том числе и в здравоохранении.

Для управления этими потоками во всем мире реализуются различные проекты и программы по информатизации медицины. В частности, в Республике Беларусь разработана программа «Электронное здравоохранение».

Но несмотря на предпринимаемые меры, общество все же сталкивается с рядом проблем, связанных с информатизацией данной отрасли. К ним относят: недостаток кадров по информационным технологиям (ИТ) в организациях здравоохранения, отсутствие должной мотивации и последовательной подготовки медицинского персонала к внедрению

информационных технологий на местах, не в полной мере решены вопросы информационной безопасности, а также вопросы стандартизации и унификации программного и информационного обеспечения.

В то же время существование огромного интереса к информатизации медицины привело к таким нововведениям, как использование роботов (например, роботов-хирургов, роботов-помощников, нанороботов), смартфонов и планшетов, технологий 3D-принтера, «амбулаторных карт в кармане пациента» и др. Пользователи смартфонов и планшетов интенсивно используют такие медицинские приложения, как Eprocrates, Medscape, MedCalc, Skyscape, Doximity и др.

Неуклонно развивается информатизация и в здравоохранении Республики Беларусь. Об этом свидетельствует то, что в 2015 г. на информатизацию учреждений здравоохранения нашей страны планировалось потратить примерно 100 млрд руб., в то время как в 2014 г. было израсходовано около 75 млрд руб.

В настоящее время достигнутый уровень системы электронного здравоохранения г. Минска является одним из самых высоких в странах СНГ при в 2–3 раза меньших финансовых затратах, чем, например, в Российской Федерации.

Все учреждения здравоохранения в той или иной степени оснащены компьютерами. Практически во всех организациях автоматизированы задачи бухгалтерского учета, кадрового учета. Работает значительное количество автоматизированных рабочих мест. Разработан и внедрен ряд автоматизированных систем. Создана и функционирует единая телемедицинская система по цифровой флюорографии. Создан коллективный сайт-портал учреждений здравоохранения под эгидой Комитета по здравоохранению Мингорисполкома. Функционируют такие сайты, как talon.by, tabletka.by (позволяют соответственно заказать талон к врачу и просмотреть наличие в аптеках тех или иных лекарственных препаратов).

Но несмотря на достигнутые успехи в области информатизации медицины, существует потребность и дальше работать в этом направлении.

Внедрение инноваций в медицине позволит создать более эффективную систему здравоохранения, экономить время и средства, будет способствовать улучшению качества предоставляемых медицинских услуг. И в конечном итоге это приведет к повышению уровня здоровья населения, снижению уровня смертности, увеличению продолжительности жизни населения нашей страны.

Литература

- Омельченко, В. П. Математика: компьютерные технологии в медицине / В. П. Омельченко, А. А. Демидова. — М.: Феникс, 2008. — 588 с.
- Информационные технологии в медицине [Электронный ресурс] // Информационный портал по вопросам биомедицинской инженерии. — Режим доступа: <http://ilab.xmedtest.net/?q=node/4801>. — Дата доступа: 18.02.2015.

**Д.Д. Никифоренко
И.В. Логвинец
БГЭУ (Минск)**

Научный руководитель — кандидат технических наук М.Н. Садовская

СОЦИАЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-СЕТИ КАК ГАРАНТ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

Большинство предпринимателей все чаще задается вопросом о повышении эффективности продвижения бизнеса посредством социальных интернет-сетей, что объясняется уникальными возможностями последних для организации выхода производителя на открытый диалог со своим потенциальным потребителем. Данное исследование нацелено на изучение этих возможностей.

Для достижения поставленной цели необходимо выявить возможности социальных интернет-сетей для продвижения бизнеса и предоставляемые ими способы, найти наиболее оптимальные социальные сети для бизнес-деятельности.

Развитию бизнеса способствует увеличение известности бренда благодаря проводимым в социальных сетях разного рода рекламным кампаниям, нацеленным на широкую управляемую аудиторию. Кроме того, социальные сети дают возможность получать быструю обратную связь от клиентов и помогают анализировать спрос путем оценки комментариев и количественных показателей посещаемости аккаунта компании.

Способы продвижения бизнеса через социальные сети отличаются большим разнообразием, но среди них наиболее результативными можно назвать следующие: поддержка аккаунта компании наполнением актуальной и полезной для потенциальных клиентов информацией; ведение активных бесед со своими подписчиками; привлечение к ним известных личностей для повышения привлекательности и посещаемости.

Успех компании в интернет-пространстве зависит также от выбора социальной сети. Каждая из них отличается функциональными возможностями платформы, посещаемостью, а также особенностями аудитории (возрастным составом, интересами, гендерной принадлежностью).

Самой крупной социальной сетью в мире является Facebook. Результаты исследования в проекте GeniusMarketing показали, что именно в этой социальной сети сосредоточена наиболее привлекательная аудитория для бизнеса благодаря ее высокой покупательной способности.

Анализ статистики за 2015 г. показал, что наиболее крупной интернет-площадкой (70 млн активных пользователей) для продвижения бизнеса в СНГ является «ВКонтакте».

В работе выявлены также недостатки использования социальных интернет-сетей для бизнеса. В общем доступе могут оказаться негатив-

ные отзывы пользователей о рекламируемом бренде. Личная информация сотрудников на страницах сети может отрицательно сказаться на имидже компании в целом. Если аккаунт компании оставлен без регулярного обновления, то его посещаемость постепенно падает и он не привлекает ожидаемую заинтересованную аудиторию.

Таким образом, в данной работе было выявлено, что использование различных инструментов социального продвижения в Интернете не просто позволяет эффективно наладить коммуникацию с потребителями, но и содействует продвижению бренда, формирует лояльность у целевой аудитории, увеличивает объем продаж. Но не стоит забывать, что социальные сети — это только инструменты. Реальная их ценность состоит в том, как лично каждая компания использует их для развития своего бизнеса.

Литература

Ваше руководство по достижению успеха в интернет-бизнесе [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://artjoker.ua/ru/blog/popali-v-seti>. — Дата доступа: 06.04.2015.

Как социальные сети помогают развивать бизнес [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://pr.whim.ru/m/blog/razvitie-biznesa-cherez-socialnye-seti>. — Дата доступа: 06.04.2015.

Социальные сети — площадка для успешного продвижения бизнеса в Интернете [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ipinform.ru/razvitie-biznesa/biznes-v-internete/socialnye-seti-dlya-biznesa.html>. — Дата доступа: 06.04.2015.

**П.Э. Рожанец
А.С. Юраго
БГЭУ (Минск)**

*Научный руководитель — кандидат физико-математических наук
Н.Г. Токаревская*

ПРИМЕНЕНИЕ ГИС В БИЗНЕСЕ И МАРКЕТИНГЕ

Информация сегодня — наиболее ценный и самый необходимый ресурс. Более 80 % всей информации в мире составляют пространственные данные, которые, как правило, хранятся в виде карт.

ГИС — это современная компьютерная технология для картирования и анализа объектов реального мира, дающая возможность использования всех технологий анализа, применяемого в различных сферах и в экономике в том числе [1, с. 66].

Пространственный анализ рынка помогает определить, какое влияние оказывают различные факторы на объемы продаж и на спрос на конкретные виды товаров. При этом можно выявить законо-

мерности и тенденции, не очевидные при проведении маркетинговых исследований традиционными методами. При проведении подобного исследования для одной фирмы города N , занимающейся продажей товаров через собственную торговую сеть, была выявлена четкая зависимость объемов продаж от количества жителей, проживающих в зоне обслуживания конкретной торговой точки, а в некоторых случаях также и от расположения торговых точек относительно объектов притяжения клиентов — крупных торговых центров. Результаты исследования могут послужить основой для стратегии по расширению торговой сети.

В качестве примера такого анализа была рассмотрена задача по определению оптимального местоположения для открытия продовольственного магазина в одном из районов города N .

Для решения этой задачи были поставлены условия, которым должно удовлетворять оптимальное местоположение магазина. Для того чтобы магазин был востребован, необходимо, чтобы он располагался в районе с высокой численностью населения. Полагая, что посещаемость торговой точки будет выше, если ее расположить в местах с интенсивным перемещением людей, учитывалось и это условие. Для того чтобы уменьшить влияние конкуренции, новая точка должна располагаться вне зоны обслуживания аналогичных существующих торговых точек. Каждое из поставленных условий учитывалось путем анализа соответствующих наборов данных.

В программе MosMap Market для поиска районов с высокой численностью населения были применены данные о плотности населения. Для выявления зон с высокой интенсивностью перемещения людей использовалась карта перемещения людей в пространстве. А для поиска зон, не доступных для обслуживания конкурентами, использовалась информация о конкурентном влиянии.

В результате решения задачи была получена тематическая карта ранжирования предлагаемых для строительства нового магазина продовольственных товаров земельных участков. Ранжирование территорий было представлено с использованием цветовой шкалы, где более темным цветом были обозначены наиболее приемлемые территории. С помощью такой карты и было определено оптимальное местоположение для нового магазина продовольственных товаров.

При этом следует отметить, что при решении подобных задач могут быть учтены практически любые условия, потенциально влияющие на работу нового филиала.

Таким образом, результаты анализа представляются в наглядном и удобном для восприятия виде. В конечном счете получаем большое преимущество перед конкурентами за счет наличия достоверной и уникальной информации, позволяющей принимать обоснованные решения и правильно действовать на рынке в любой ситуации.

Литература

1. Иконников, В. Ф. Геоинформационные системы / В. Ф. Иконников, А. М. Седун, Н. Г. Токаревская. — Минск : БГЭУ, 2010. — 110 с.

А.П. Семенюк
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.В. Денисейко

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ КУРСА БЕЛОРУССКОГО РУБЛЯ К ДОЛЛАРУ США ОТ КОЛЕБАНИЙ ЦЕН НА НЕФТЬ

В 2015 г. произошел резкий спад цены на нефть. Причиной стало снижение спроса на нее. Оно возникло из-за нескольких предпосылок: в Америке началась крупная добыча сланцевой нефти, которая в считанные годы обеспечила затоваривание рынка, США сняли эмбарго на экспорт нефти из Ирана, который является крупнейшим производителем черного золота. Данное снижение повлекло спад российского рубля, так как Россия сильно зависима от продажи своих природных ресурсов, и в первую очередь нефти. Падение российского рубля повлекло снижение белорусского и, как следствие, произошло повышение курса к доллару США.

На основе построения регрессионной модели рассмотрим влияние изменения цены на нефть на курс белорусского рубля к доллару. Для изучения взаимосвязи временных рядов были использованы 184 наблюдения, которыми стали ежедневные данные с 01.07.15 по 31.12.15. За этот период произошло падение нефти с 63 до 37,6 дол. [1]. Курс белорусского рубля к доллару США за полугодие стремительно вырос с 15 333 до 18 569 бел. руб. [2].

В процессе исследования было выявлено наличие коинтеграции между рассматриваемыми временными рядами, что дает возможность использовать построение модели коррекции ошибок. Механизм коррекции ошибок обеспечивает выполнение долгосрочной зависимости между переменными [3].

В процессе исследования был обнаружен «выброс». Он соответствует дате 24 августа 2015 г., когда произошел резкий скачок курса с 16 730 до 17 601 бел. руб. Этот день был назван «черным понедельником». Поэтому в модель была добавлена фиктивная переменная z_t , которая равна

$$z_t = \begin{cases} 1, & t = t^*, \\ 0, & t \neq t^*, \end{cases} \quad (1)$$

где t — 24.08.2015 г.

В итоге была получена модель

$$\Delta y_t = 11,31 - 12,99 \Delta x_t - 0,03 e_{t-1} + 837,5 z_t + u_t, R^2 = 0,52, \quad (2)$$

$\begin{matrix} & (2,35) & (-2,72) & (-3,53) & (12,91) \end{matrix}$

где — первые разности ряда курса белорусского рубля к доллару США, Δx_t — первые разности цены на нефть, $e_{t-1} = y_{t-1} - 24\,424,3 + 151,9x_{t-1}$ — ряд остатков коинтеграционного уравнения, z_t — фиктивная переменная.

Модель (2) подтверждает наличие обратной зависимости между ценой на нефть и курсом белорусского рубля к доллару США. Снижение цены на нефть на 1 дол. приведет к увеличению прироста валютного курса на 12,99 бел. руб. Причем при неизменном уровне цены на нефть ежедневный прирост курса должен быть примерно равен 11,31 бел. руб.

Экономические процессы наших дней подтверждают сильное влияние товарного рынка на валютный. Так как все расчеты по нефти ведут в долларах США, при его подорожании цена на нефть начинает падать, так как на дорогой доллар можно купить больше нефти, а курс по отношению к этой валюте растет. Краткосрочная динамика изменения курса белорусского рубля корректируется в зависимости от отклонения от данной долгосрочной связи между нефтью и курсом, что и отражено в построенной модели.

Литература

Динамика цены нефти Brent [Электронный ресурс] // Справочный портал. — Режим доступа: <https://www.calc.ru/dinamika-Brent.html>. — Дата доступа: 01.04.2016.

Статистический бюллетень [Электронный ресурс] / Нац. банк Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/bulletin/>. — Дата доступа: 01.04.2016.

Харин, Ю. С. Эконометрическое моделирование : учеб. пособие / Ю. С. Харин, В. И. Малюгин, А. Ю. Харин. — Минск : БГУ, 2003. — 313 с.

О.И. Славецкая
Д.И. Чаброва
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л.С. Черепица

СЕТЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ

На сегодняшний день услуги разработки и продвижения сайтов очень актуальны. С экономической точки зрения сайты можно разделить на некоммерческие (сайты государственных учреждений) и коммерческие (принадлежат компаниям, ориентированным на прибыль). В сети любой сайт — база для рекламной кампании. Сетевые

технологии в гостиничной сфере также активно развиваются. Ключевым направлением является использование известных методов продвижения сайтов для привлечения клиентов.

Использование таких методов, как создание и ведение собственной рассылки, e-mail-маркетинг, совместные проекты с наиболее разработанными сайтами, обеспечивает стабильное продвижение сайта. Главный недостаток таких методов — высокая стоимость и длительная разработка. Кроме этого, используют методы, которые дают мгновенный, но неустойчивый результат. Например, создание дорвеев, клоакинг, поисковый спам.

Наиболее перспективными методами являются:

1. Поисковая оптимизация. Данный метод направлен на привлечение тематической аудитории. Достоинство метода заключается в том, что целевую аудиторию можно найти по любой тематике, однако данный метод имеет недостаток: поисковое продвижение не подходит для сайтов, страницы которых не могут быть проиндексированы полностью.

2. Контекстная реклама — это текстовое сообщение или объявление на странице сайта. Достоинства данного метода в том, что время для запуска рекламной кампании минимально, существует возможность выбрать географические регионы для показа объявлений, легко и быстро корректируется текст объявления. Однако недостаток в том, что эффективность от кампании напрямую зависит от бюджета рекламодателя.

3. Контекстно-медийная реклама — это графический материал в виде картинки с текстом. Одним из достоинств такой рекламы является ее эффективность, а среди недостатков можно отметить большую стоимость рекламной кампании.

Нами были исследованы сайты некоторых гостиниц г. Минска (см. таблицу).

Сравнительная характеристика методов разработки и продвижения сайтов гостиниц г. Минска

Критерий	Название гостиницы		
	Президент-ОТЕЛЬ, 5*	Виктория Олимп, 4*	Беларусь, 3*
Видимость сайта поисковыми системами	+	+	+
Мобильная версия	-	+	+
Наличие удобной навигации	+	+	+
Обратная связь	+	±	±
Работоспособность ссылок	+	+	±
Интерфейс	+	+	+
Публикация пресс-релизов	+	+	+

Примечание: «+» — критерий соблюдается полностью, «±» — критерий соблюдается частично, «-» — критерий не соблюдается.

По результатам исследования следует отметить, что у сайта «Президент-Отеля» отсутствует мобильная версия. Анализ исследования показал, что наиболее эффективным сайтом по работе с клиентами следует отметить «Беларусь», так как он обладает наиболее удобным интерфейсом, широкими возможностями по работе с клиентами. Сайту «Виктория Олимп» можно порекомендовать доступ к мобильной версии с помощью различных браузеров.

Литература

Ашманов, И. Продвижение сайта в поисковых системах / И. Ашманов, А. Иванов. — М. : Вильямс, 2007.

А.Г. Шункевич
БФ БГЭУ (Бобруйск)

Научный руководитель — В.Л. Кулешова

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ ВУЗА

Внедрение информационных технологий во все сферы деятельности обусловлено стремительным развитием науки, постоянно растущими объемами информации, сложностью происходящих процессов и явлений. Не обошла стороной информатизация и высшую школу.

Как и любое подразделение или отдел вуза, для более оперативной и качественной работы учебно-методический отдел (УМО) БФ БГЭУ использует информационные технологии для автоматизации некоторых функций. Но ведение необходимой для организации учебного процесса документации УМО (зачетно-экзаменационные ведомости, выписки к диплому, личные дела студентов и т.д.) в основном производится вручную, некоторые отчеты формируются с использованием MS Excel и MS Word. Недостаточное использование автоматизации замедляет и усложняет работу с обработкой и передачей информации учебно-методического отдела [1].

Решением данной проблемы может стать разработка информационной системы автоматизации задач УМО в «1С: Предприятие 8.3».

Данная система позволит осуществлять автоматизированное ведение ведомостей дневной и заочной форм обучения; автоматизированное ведение личных дел студентов и организацию оформления документов об окончании университета; предоставлять итоговую сводную отчетность.

Рассмотрим основной документ, который был реализован в системе учета успеваемости студентов вуза. Документ «Зачетно-экзаменационные ведомости» позволяет формировать различного вида ведомости для экзаменов, зачетов, интегрированных модулей и защиты

курсовых как для дневной, так и для заочной форм получения высшего образования. В зависимости от выбранных настроек документа, представленных на рисунке, можно формировать ведомости с различным набором реквизитов (рисунк).

N	Студент	Номер зачетной книжки	Отметка за экзамен/зачет	Отметка за текущий курс
1	Богданов Василий Сергеевич	11 ДБМ-10		
2	Зернов Анастасия Вячеславовна	11 ДБМ-11		
3	Иванов Виталий Дмитриевич	11 ДБМ-12		

Форма зачетно-экзаменационной ведомости

В основном данные документа «Зачетно-экзаменационные ведомости» заполняются в полуавтоматическом режиме, например, при выборе дисциплины заполняются поля «Количество часов» и «Количество зачетных единиц» выбранной дисциплины. Кнопка «Заполнить» позволяет автоматически заполнить табличную часть «Общие сведения» студентов вуза в зависимости от выбранной группы. Реализована возможность вывода документа в формате MS Word и печать документа на форме документа и на форме списка.

Разработанная система позволит сократить временные затраты и повысить качество процесса работы УМО.

Литература

1. Положение об учебно-методическом отделе БФ БГЭУ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bseu.by>. — Дата доступа: 18.03.2016.
2. Кашаев, С. Программирование в 1С: Предприятие 8.3 / С. Кашаев. — СПб. : Питер, 2014.

СЕКЦИЯ 13

НАЦИОНАЛЬНАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ

Ю.М. Ефименко
А.А. Зенькова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.А. Акулич

ПЕРСПЕКТИВЫ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА БЕЛАРУСИ ПО ОЦЕНКАМ МЕЖДУНАРОДНЫХ КРЕДИТНЫХ АГЕНТСТВ

Одним из источников оценки перспектив банковского сектора любой страны являются оценки крупнейших международных кредитных агентств S&P, Moody's и Fitch. На эти оценки обращают внимание иностранные инвесторы, прежде чем принять решение об инвестировании в банковский сектор той или иной страны. В первом квартале 2016 г. названные агентства издали отдельные обзоры, посвященные банковскому сектору Республики Беларусь.

Согласно обзору агентства S&P [1], банковский сектор Беларуси относится к 10-й группе по уровню страновых и отраслевых рисков (*BIRCA). К ней относятся страны с наибольшими рисками в их банковских секторах. Помимо Беларуси к 10-й группе относятся такие страны, как Греция, Украина, Египет. Однако лишь Беларусь и Украина относятся к 10-й группе по уровню всех возможных рисков.

Несмотря на то что риски и так имеют максимальную величину, эксперты S&P допускают возможность дальнейшего ухудшения состояния белорусского банковского сектора. «Мы полагаем, что стабилизация экономических условий в Беларуси будет недолговременной», — отмечается в обзоре S&P. Международные эксперты объясняют это тем, что при ожидаемом «ухудшении операционной среды для белорусских банков и слабых показателях внешней ликвидности возникают сомнения относительно способности правительства оказывать необходимую поддержку банковскому сектору» [1].

Такого же прогноза придерживаются и эксперты агентства Moody's. Они полагают, что ухудшение операционной среды будет способствовать дальнейшему разрушению автономной финансовой устойчивости белорусских банков, в то время как способность правительства оказать системную поддержку банкам будет ограничена антикризисными бюджетными ограничениями и недостатком свободных валютных ресурсов [2]. Нацбанк Беларуси также будет ограничен в поддержке ликвидности банков в иностранной валюте из-за низкого уровня валютных резервов.

Согласно обзору Moody's, операционная среда Беларуси, вероятно, еще больше ухудшится в 2016 г. из-за продолжающегося экономического спада и сложных фискальных и монетарных условий. По мнению экспертов, эти трудности обусловлены сокращением объемов экспорта в Россию и страны СНГ, а также неопределенностью в отношении внешнего финансирования, требуемого от России и МВФ.

Оценивая перспективы работы банковской системы Беларуси на 12–18 месяцев вперед, эксперты Moody's ожидают, что качество активов белорусских банков ухудшится. Падение экспорта, экономический спад и снижение курса белорусского рубля уменьшат способность корпоративных заемщиков Беларуси обслуживать кредиты. Эксперты Moody's ожидают, «что белорусские банки будут незначительно прибыльны в ближайшей перспективе, достигнув 0,7 %-го соотношения чистого дохода к общей сумме активов к 2017 г., что является низким уровнем по историческим меркам» [2]. Сдержанный рост доходов населения ограничит возможности банков расширить финансирование в местной валюте, а снижение общей прибыли предприятий и ужесточение монетарной политики правительства будут сдерживать рост корпоративных депозитов.

Литература

1. Оценка отраслевых и страновых рисков банковского сектора: Республика Беларусь. — Нью-Йорк : Standard & Poors, 2016. — 15 с.
2. Banking System Outlook — Belarus. Economic Contraction, External Pressures Keep Outlook Negative. — New York : Moody's, 2016. — 20 p.
3. Республика Беларусь в 2016 году: обзор по макроэкономической ситуации и банковскому сектору. — Нью-Йорк : Fitch Ratings, 2016.

В.В. Романюк
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.А. Акулич

ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗМЕНЕНИЯ ВНЕШНИХ УСЛОВИЙ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ БЕЛАРУСИ ПО ПРОГНОЗАМ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

По данным МВФ, в 2015 г. лидерами среди стран СНГ по показателю «ВВП на душу населения по рыночному курсу» были Казахстан (9795 дол. США), Россия (9054), Туркменистан (6622) и Азербайджан (5739). Беларусь занимает по этому показателю 5-е место (5749 дол. США). Хуже показатели у Армении, Узбекистана, Украины, Молдовы, Кыргызстана и Таджикистана. Причем все перечисленные страны имеют уровень ниже среднемирового ВВП (10 023 дол. США). Эстония по этому показателю опережает Беларусь уже в 3 раза. По

прогнозу МВФ, в 2016 г. разрыв между Эстонией и Беларусью увеличится до 3,7 раза, а между Литвой/Латвией и Беларусью достигнет 3-кратной величины. Напомним, что ВВП со стороны доходов состоит из оплаты труда работников, прибыли собственников предприятий и бюджетных доходов государства.

Экономика Беларуси как любая малая экономика ориентирована на экспорт и сильно зависит от внешнего спроса. К тому же экспорт Беларуси во многом носит сырьевой характер и зависит от цен на сырьевые товары. В экспорте Беларуси присутствуют следующие товары, которые можно отнести к сырьевым: нефтепродукты (20,7 % в общем объеме экспорта в 2015 г.), сырая нефть (1,8 %), калийные и азотные удобрения, сахар, молоко, сыры, творог, масло сливочное, круглый лес и древесное сырье, металлопрокат и др.

В 2015 г. рецессия наблюдалась не только в Беларуси, но и в ряде стран нашего региона — в России, Украине, Молдове. Согласно выводам экспертов ЕБРР, озвученным в их последнем аналитическом обзоре, причинами этого, помимо структурной слабости экономик этих стран, стали «геополитическая напряженность, низкие цены на нефть и экономический спад в России» [1]. Рецессия в экономике России и девальвация российского рубля приводят к снижению спроса на белорусскую продукцию. Кроме того, из России сократился приток иностранных инвестиций, внешних заимствований и денежных переводов, поступающих в Беларусь.

Эксперты ЕБРР ожидают, что в 2016 г. ВВП России сократится на 1,2 %, что вызвано низкими ценами на нефть и малыми объемами инвестиций. Ожидается, что Украина вернется к росту в этом году. Рост украинской экономики составит 2 % в 2016 и 2017 г. соответственно после падения на 6,4 % и 9,9 % в 2014 и 2015 г. [1]. Прогноз по Украине уже начал сбываться: экономика этой соседней страны в первом квартале 2016 г. смогла выйти из рецессии (рост ВВП составил 0,1 % в годовом выражении).

Согласно последнему прогнозу Всемирного банка, средняя цена на нефть в 2016 г. составит 38 дол. США за баррель, а в ближайшие десять лет будет находиться в диапазоне 45–65 дол. за баррель [2, с. 40]. То есть возвращения к супервысоким ценам на нефть (свыше 100 дол. и даже свыше 80 дол.), которое имело место в 2007–2008, 2011–2014 гг., ожидать не стоит. Еще одна плохая новость для Беларуси: на протяжении ближайших десяти лет не прогнозируется повышения цен на калийные удобрения. Цены останутся на уровне 2016 г. и будут медленно снижаться по 0,5 % в год. Также не прогнозируется существенного повышения цен на сахар, мясо и молоко, на фосфатные и азотные удобрения. Из белорусских экспортных сырьевых товаров ожидается заметное повышение цен только на круглый лес, пиломатериалы, древесные плиты, металлопрокат. Это указывает на то, что ожидания, связанные с возвращением благоприятной внешней конъюнктуры, могут оказаться напрасными. Скорее всего, это

не цикл, а новая реальность, под которую целесообразно выстраивать новую структуру экономики и экспорта.

Литература

1. Regional Economic Prospects in EBRD Countries of Operations. — London : European Bank for Reconstruction and Development, 2016. — 31 p.
2. Commodity Markets Outlook. World Bank Quarterly Report. — 2016. — 78 p.

В.В. Смоленская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук В.А. Акулич

ДЕПРЕССИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЦЕССА КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР РЕЦЕССИИ В ЭКОНОМИКЕ БЕЛАРУСИ

Анализ поквартального ВВП со стороны спроса показывает, что рецессия в экономике Беларуси обусловлена главным образом депрессивностью инвестиционного процесса. В 2015 г. падение валового накопления составило 5,9 %. Падение расходов на конечное потребление было более умеренным и составило 1,6 %, хотя произошло впервые за последние годы. Падение внутреннего спроса было компенсировано ростом чистого экспорта на 5,3 %. Из этого всего сложилось итоговое падение ВВП в 2015 г. на уровне 3,9 %.

Падающий тренд инвестиций в основной капитал сохраняется уже на протяжении двух последних лет. В реальном выражении (в ценах 2010 г.) в сравнении с началом 2014 г. нынешний уровень инвестиций сократился на 30,4 %, в сравнении с началом 2012 г. — на 17,4 %.

В долларовом выражении инвестиции в основной капитал в 2015 г. составили 11,4 млрд дол. США, что на 10 млрд дол. США меньше, чем всего два года назад. В первом квартале 2016 г. инвестиции в основной капитал в долларовом выражении составили лишь 1,7 млрд дол. США, или на 46,2 % меньше, чем в соответствующем квартале прошлого года. Если тенденция сохранится, то по итогам 2016 г. инвестиции в основной капитал составят порядка 6–7 млрд дол. Это будет в 3 раза меньше по сравнению с 2013 г.

Что собой представляет сумма в 6–7 млрд дол. США с точки зрения инвестиционных возможностей? Для сравнения: это ежегодный объем инвестиций не самой крупной по размеру транснациональной компании. Например, это один инвестиционный проект по разработке нового лекарства. Так, компания Merck & Co, которая является седьмой по величине фармацевтической компанией в мире, инвестирует в исследования и разработки около 8 млрд дол. США в год. Со слов сотрудника

этой компании Кевина Али, отвечающего за бизнес в развивающихся странах, «создание новых препаратов становится все дороже. Если 10 лет назад разработка одного оригинального лекарства стоила около 1 млрд дол. США, то сегодня — от 3 до 10 млрд дол. США».

Причем нельзя сказать, что в Беларуси в экономику направляется мало инвестиций. Валовое накопление в процентах к ВВП в 2015 г. составило 28,6 %. Оно хоть и существенно снизилось по сравнению с 2010 г., но остается на достаточно высоком уровне, если сравнивать с Россией, Украиной, странами ЦВЕ, где этот показатель составляет 22–23 %.

Дело в том, что помимо снижения доли ВВП, направляемой на инвестиции, снижается и сам ВВП в долларовом выражении. Например, если на начало 2015 г. ВВП Беларуси составлял 75 млрд дол. США, то на начало текущего года — всего 53 млрд дол. США. Это результат одновременно как рецессии, так и девальвации белорусского рубля.

Поскольку в общем объеме инвестиций большая их часть приходится на внутренние, а не на иностранные инвестиции, то в пересчете на долларовый эквивалент они уменьшаются как по причине снижения их объемов в рублях (падение доходов населения, предприятий и государства), так и по причине обесценения самих рублей. Кроме того, инвестиционный потенциал предприятий и государства сейчас резко ограничен необходимостью погашать и обслуживать ранее набранные валютные долги.

В этих условиях сокращение внутренних инвестиций можно было бы компенсировать увеличением объема недолговых иностранных инвестиций, в том числе прямыми и портфельными иностранными инвестициями, деривативами. В настоящее время, когда стоимость рабочей силы упала почти в 2 раза и она не успела еще потерять квалификацию, удобный момент для роста ПИИ. Но для этого необходимы структурные реформы: либерализация цен, ликвидация перекрестного субсидирования, либерализация режима внешней торговли, реформирование институциональных условий хозяйствования, в том числе формирование свободно функционирующих рынков.

Е.М. Юнчиц
А.М. Барилло
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.В. Буховец

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Актуальность темы определяется тем, что в современных условиях конкурентоспособность национальной экономики зависит от развития

ее инновационного комплекса. В его развитии и регулировании важная роль принадлежит органам государственного управления и государственным научным организациям: Государственному комитету по науке и технологиям, НАН Беларуси, Министерству промышленности, Министерству образования, Министерству здравоохранения и др.

Наибольшее число организаций по республиканским органам государственного управления и иным государственным организациям входит в систему НАН Беларуси: в 2014 г. здесь было сконцентрировано 20,9 % (82 единицы) всех научных организаций страны. Министерство промышленности занимает второе место: здесь функционирует 57 организаций, выполняющих научные исследования и разработки (12,5 %). В системе Министерства образования научные исследования и разработки выполняла 51 организация, удельный вес которых составил 12,2 % [1].

Оценку эффективности государственного управления инновационным комплексом Республики Беларусь следует проводить по следующим показателям: число организаций, выполняющих научные исследования и разработки, наукоемкость ВВП, коэффициент изобретательской активности, энергоемкость ВВП и т.д.

Число организаций, выполняющих научные исследования и разработки в условиях высоких требований со стороны общества к результативности научных исследований, в 2014 г. сократилось на 25 единиц. Сегодня 457 организаций осуществляют научные разработки [2].

Показатель наукоемкости ВВП Республики Беларусь снижается с 2013 г. и составляет менее 1 %, несмотря на то, что в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг., утвержденной указом Президента, было запланировано увеличение затрат на НИР к 2015 г. до уровня 2,5–2,9 % ВВП [3]. Это свидетельствует о сокращении инновационного комплекса страны. В результате снижается доля наукоемких отраслей экономики в ВВП, снижается экспорт высокотехнологичных товаров, уменьшается приток иностранного капитала, падает конкурентоспособность отечественных товаров.

Такой показатель эффективности государственного управления инновационной деятельностью, как коэффициент изобретательской активности, сократился в 2014 г. вдвое по сравнению с 2013 г. [1].

Только по показателю энергоемкости ВВП наблюдается положительная тенденция. Приоритетное инновационное развитие сферы экологии, переход к модели «зеленой» экономики, тесное сотрудничество Республики Беларусь с международными организациями (ПРООН, ЕС, ГЭФ) привели к снижению данного показателя на 14,3 % в 2015 г. [2].

Таким образом, в Республике Беларусь развитие инновационного комплекса сдерживается в силу сложной экономической ситуации в стране и значительно отстает от развитых стран. Для увеличения

эффективности государственного управления инновационной деятельностью необходимо разработать комплексную инновационную стратегию страны, включающую меры по развитию всех элементов научно-инновационного комплекса, а также систему государственного регулирования процессов создания и защиты прав интеллектуальной собственности.

Литература

1. Аналитический доклад о состоянии и перспективах развития науки в Республике Беларусь по итогам 2014 года // Гос. ком. по науке и технологиям Респ. Беларусь, Нац. акад. наук Беларуси. — Минск : БелИСА, 2015.
2. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_655/. — Дата доступа: 14.03.2016.
3. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы // Науч.-исслед. экон. ин-т М-ва экономики Респ. Беларусь. — Минск : Юнипак, 2010.

СЕКЦИЯ 14

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е.А. Воробьева

БГУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат исторических наук И.И. Янушевич

ИННОВАЦИОННОЕ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ В БГУ

Беларусь совсем недавно вступила в Болонский процесс и теперь стоит на тернистом пути модернизации системы высшего образования. Рынок труда и современная социально-экономическая ситуация в государстве требуют высококвалифицированных специалистов, способных творчески подходить к выполнению своей работы. Но обладают ли абитуриенты и студенты необходимыми новому времени навыками и компетенциями?

Первичным звеном в процессе обучения все же являются обучающие, поэтому их видение и решено было изучить. Студенческий совет по качеству образования факультета социокультурных коммуникаций БГУ провел опрос среди преподавателей факультета на тему «Инновационное образование». На вопрос «Как вы считаете, следует ли производить какие-либо изменения в современной системе высшего образования?» 100 % опрошенных ответили: «Да, стоит». Следующие ответы были получены на вопрос «Какими качествами, по вашему мнению, должен обладать современный педагог?»: «творческий подход», «быть всесторонне развитым, постоянно повышать квалификацию и шагать в ногу со временем», «открытость новым технологиям, коммуникабельность, уважительное отношение к студентам, энтузиазм в работе, компетентность, способность адаптироваться к меняющемуся информационному пространству». Мнение преподавателей о том, какими качествами можно охарактеризовать современного студента, разделились: 50 % опрошенных дали ответы: «ленивый», «немотивированный», а вторая половина — «мобильный», «коммуникабельный», «активный». На открытый вопрос «Нужно ли в БГУ направление, выпускающее специалистов в области инновационного бизнеса?» самыми аргументированными стали ответы: «нужно, как и во всей динамично изменяющейся социально-политической ситуации в мире», «подготовка специалистов в данной области позволит улучшить качество выпускаемой продукции или предоставляемых услуг, наладить производство новых видов товаров».

С каждым днем в обществе появляются новые потребности и социальные проблемы, и очень важное значение имеет умение людей пра-

вильно ставить цели, формировать единое и четкое видение конечного результата и, конечно, выстраивать стратегию достижения этой цели. Одним из методов инновационного бизнес-образования является метод проектов. Проектный подход — это самая оптимальная и эффективная платформа, которая может быть заложена в стратегию достижения социально значимых целей. В 2011 г. по инициативе гуманитарного факультета БГУ в рамках специальности «Социальная работа» было создано направление «Социальное проектирование» с присвоением квалификации «специалист по социальной работе и управлению проектами». Это первая в Республике Беларусь вузовская программа подготовки специалистов в сфере управления социальными проектами.

Таким образом, проведенные исследования показывают, что изменения в социально-экономической сфере в первую очередь затрагивают сферу высшего образования. Задача образования — подготовить специалистов, способных максимально полно использовать весь имеющийся человеческий потенциал для реализации экономически эффективных проектов.

Литература

Лукьянов, Д. В. Создание эффективной коммуникационной среды проекта / Д. В. Лукьянов // Восточно-европейский журнал передовых технологий. — 2011. — № 1/7 (49). — С. 33–36.

А.П. Кондратенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Т.М. Пехота

ГОСУДАРСТВО И РЕЛИГИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В настоящее время необходимо понимать и анализировать процессы, которые происходят между церковью и государством не только в нашей стране, но и в мире в целом.

Религия — это сакральная вера в сверхъестественные существа или существо, его силу и влияние на судьбу человека, которая является предметом поклонения [1]. Однако все положения религии в государстве строго ограничены правом. Каждая организация должна пройти процедуру постановки на учет, предоставить свою программу по отношению к семье, браку, государству, образованию и т.д.

Самым ярким конфликтом в наше время является террористическое движение ИГИЛ, которое своими корнями уходит в начало 2000-х гг. к другой организации — Аль-Каиде [2]. Противоречия в исламе возникли еще в VII в., после смерти пророка Мухаммеда, когда ислам разделился на суннитов и шиитов. Сунниты — это 80 % насе-

ления, исповедующего ислам, шииты — 10 %, но вторые составляют большую часть населения в Ираке, Иране и значительную часть в Сирии. Именно шииты начали дискриминировать суннитов, которые начали войну, отстаивая свои интересы. Так появилась Аль-Каида, а затем ИГИЛ. Эти споры вышли за пределы исламского мира.

Но расколы могут происходить не только внутри государства, но и внутри самой церкви, что произошло после Второго Ватиканского Собора, который открылся по инициативе папы Иоанна XXIII в 1962 г. и продолжался до 1965 г., собор закрылся уже при папе Павле VI, задачей которого являлось обновление церкви и ее разумная реорганизация, чтобы церковь могла продемонстрировать свое понимание развития мира и подключилась к этому процессу. Самым ярким противником стал архиепископ Марсель Лефевр [3]. Он назвал Собор падением церкви. Спустя 20 лет после окончания Собора происходит раскол католической церкви из-под пера Лефевра, который придерживался необновленного католицизма.

Подводя итоги, можно обозначить несколько способов решения религиозных конфликтов, а именно:

- предлагать такие действия, чтобы последствия от их реализации были более привлекательными для участников, чем последствия в результате отказа от их принятия;
- в первую очередь думать не о политике, экономике и т.д., а о жизни обычных людей, чьи интересы ущемляются в первую очередь.

Литература

1. Короткая, Т. П. Религиоведение: религии в Беларуси : учеб. пособие / Т. П. Короткая. — Минск : БГЭУ, 2004. — 98 с.

2. Аль-Каида разрывает связи с Исламским государством Ирака и Леванта [Электронный ресурс] / NEWSru.co.il. Тель-Авив. — Режим доступа: http://www.newsru.co.il/mideast/03feb2014/qaida_a205.html. — Дата доступа: 10.04.2016.

3. Государство и церковь в XX веке: эволюция взаимоотношений, политический и социокультурный аспекты. Опыт России и Европы / А. И. Филимонова [и др.]. — 2-е изд. — М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. — 464 с.

К.И. Костиневич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат исторических наук Д.Г. Ларионов

ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКИХ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ «ФАБРИК МЫСЛИ»

Актуальность данной темы обусловлена увеличением числа «фабрик мысли» в нашей стране, в связи с чем возрастает необходимость

в понимании их роли в политической системе Беларуси. Для этого необходимо понять, за счет чего данные организации смогут развиваться в дальнейшем.

Цель данной работы — обосновать положительные тенденции развития белорусских негосударственных «фабрик мысли», которые могут способствовать повышению их роли в политической системе нашей страны.

«Фабрика мысли» (аналитический центр) — это организация, изучающая общество, политическую систему, процессы, последствия принятия решений и способствующая осуществлению политического процесса, влияя на принятие политических решений.

Необходимо выделить несколько факторов, которые уже начинают проявляться и могут помочь негосударственным «фабрикам мысли» в повышении их значимости для политической системы страны.

Первый такой фактор — это увеличение численности «фабрик мысли». Так, в Беларуси они стали появляться в начале 1990-х гг. вследствие оживления политической жизни страны, что требовало наличия качественной аналитики.

К 2000 г., согласно перечню, составленному белорусским социологом О.Т. Манаевым, в Беларуси действовало порядка 20 негосударственных «фабрик мысли» [1]. Однако уже к середине 2000-х гг. их число снизилось. Но с конца 2000-х гг. стали появляться новые негосударственные центры, что можно рассматривать как положительный тренд развития политической системы страны. Так, с 2007 г. появилось порядка 15 «фабрик мысли».

Следующим фактором для развития «фабрик мысли» может стать реклама данных организаций. Так, например, в ежегодном рейтинге «фабрик мысли» Global go to think tank index, который составляется с 2008 г., долгое время количество белорусских аналитических центров было равным 12. Однако в 2015 г. в данном рейтинге число аналитических центров в Беларуси впервые увеличилось до 21 [3]. Стоит отметить, что данный рейтинг составляется на основе опросов журналистов и аналитиков и, так как в отношении Беларуси были уточнены данные, то представляется, что «фабрики мысли» начали активно рекламировать себя не только в Беларуси, но и за рубежом.

Третьим фактором дальнейшего развития «фабрик мысли» в Беларуси является объединение аналитиков в новые структуры, что может послужить основанием для создания в нашей стране аналитических центров «пятого поколения», под которыми понимаются «сетевые виртуальные сообщества высокоспециализированных профессионалов по проблемам развития» [2, с. 19].

Таким образом, представляется, что именно обозначенные три фактора позволят увеличить роль аналитических центров в политической системе Беларуси и помочь дальнейшему совершенствованию их деятельности.

Литература

1. Манаев, О. Т. Белорусские фабрики мысли / О. Т. Манаев. — 3-е изд. — Минск : БФМ, 2000. — 121 с.
2. Филиппов, В. А. Аналитические центры — стратегический интеллектуальный ресурс : монография / В. А. Филиппов. — М. : ЛЕНАНД, 2007. — 104 с.
3. McGann, J. 2015 Global Go To Think Tank Index Report [Electronic resource] / J. McGann // Think Tanks & Civil Societies Program. — Mode of access: http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=think_tanks. — Date of access: 11.05.2016.

О.О. Сороко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор исторических наук Н.Е. Аблова

РОЛЬ СМИ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью осмысления деятельности средств массовой информации как одного из наиболее существенных факторов стабильности межнациональных и международных отношений. Сегодня, когда качество информационных технологий и их использования все в большей степени определяет характер жизни общества, вопрос о взаимоотношении общества и СМИ, степени свободы СМИ от общества, власти и государства приобретает особое значение.

Способность доносить любые сведения до миллиардов людей за секунды делает СМИ уникальными механизмами информационно-психологического воздействия на население планеты [2].

В связи с этим можно говорить об актуальности информационной безопасности в современном обществе, и особенно если это касается кибервойны и «сетевых войн».

Во-первых, потому что в таком контексте информационная безопасность общества представляет имиджевый фактор, предопределяющий собой активное преобразование информационно-компьютерных сетей и социального пространства.

Во-вторых, символично, что архитектура безопасности сегодня обязательно включает в себя общественное сознание и предполагает мобилизацию ресурсов для международного сотрудничества, дальнейшего совершенствования стратегии борьбы с международным терроризмом.

В-третьих, кибервойна и «сетевые войны» являются прямым доказательством того, что процесс глобализации многомерен и сложен,

так как затрагивает общественные отношения и экономические основы развития современного социума. Обновленное восприятие реальности под воздействием современных технологий, информационного пространства и постоянное противостояние различных стран приобретает сегодня ярко выраженный характер «сетевых войн». «Принципиальной новацией концепта являлось стирание грани между собственно военной и мирной формой противостояния государств» [1, с. 57].

Способность СМИ быть эффективным средством формирования общественного климата давно подмечена, оценена и максимально используется людьми, пытающимися решать проблемы достижения своих политических, экономических, национальных, религиозных, социальных и иных целей опосредованным путем влияния на группы и слои граждан.

Таким образом, постоянно действующий механизм взаимодействия между СМИ будет способствовать более широкому информированию народов стран и регионов. Международное сообщество стоит перед необходимостью надежного обеспечения международной безопасности, и не только политической и военной, но и экологической, экономической, социальной. Именно в реализации этой исторической миссии заключается главный ответ на глобальные вызовы человечеству, что должно находить отражение в СМИ, которым отводится серьезная роль в системе международных отношений.

Литература

1. Багдасарян, В. Э. Новые технологии борьбы с российской государственностью / В. Э. Багдасарян // Национальная безопасность: научное и государственное управленческое содержание: материалы Всероссийской науч. конф. / Центр проблемного анализа и гос.-упр. проектирования. — М. : Научный эксперт, 2010. — С. 55–72.

2. СМИ в системе международных отношений [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://sogdiana.tj/meropriyatiya-centr-glavnaya/1979>. — Дата доступа: 11.05.2016.

Р.Дз. Статкевич
БДЭУ (Мінск)

Навуковы кіраўнік — Дз. У. Зайцаў

ЭВАЛЮЦЫЯ ІНСТЫТУТА ПРЭЗІДЭНЦТВА Ў РЭСПУБЛІЦЫ БЕЛАРУСЬ

10 ліпеня 1994 г. Беларусь даведалася імя свайго першага Прэзідэнта. З таго дня прайшло ўжо больш за дваццаць год, таму доўгая

гісторыя дазваляе больш дакладна і абгрунтавана вывучаць дадзены канстытуцыйна-прававы інстытут.

Пасля набыцця незалежнасці Рэспубліка Беларусь, як і большасць краін — удзельніц былога СССР, сутыкнулася з шэрагам праблем.

Па-першае, утварыўся так званы вакуум улады з-за адсутнасці кардынацый дзейнасці ўсіх галін дзяржаўнага ўладкавання. З'явілася патрэба ў органе, які б выконваў гэту функцыю.

Па-другое, з'явілася неабходнасць паскорыць выкананне заканадаўчых ініцыятыў.

Па-трэцяе, ігнараваліся гістарычна-псіхалагічныя ўмовы развіцця беларускай ментальнасці.

З-за няздольнасці існаваўшай на той момант улады вырашыць набалелыя пытанні і хутка прымаць рэформы выспела глеба для прыняцця Канстытуцыі, а таксама ўвядзення пасады Прэзідэнта і надання яму шырокіх паўнамоцтваў у межах выканаўчай галіны ўлады [1, с. 10–14].

У першае дзесяцігоддзе самастойнага існавання краіны ішла канфрантацыя паміж Вярхоўным Саветам і Прэзідэнтам Рэспублікі Беларусь, што найбольш яскрава было адлюстравана ў ігнараванні шэрагу ініцыятыў Прэзідэнта. Сталі відавочны закладзеныя ў Канстытуцыю супярэчнасці і недапрацоўкі [2, с. 107–109].

Пікам гэтых супярэчнасцяў стала распрацоўка праектаў канстытуцыйных паправак, прадстаўленых гэтымі суб'ектамі палітычнай сістэмы на рэферэндуме 24 лістапада 1996 г. Паступова пашыраючы свае паўнамоцтвы праз прыняцце на дзяржаўных рэферэндумах канстытуцыйных паправак, Прэзідэнт канцэнтраваў уладу ў сваіх руках. Але нельга даць адназначна адмоўную ацэнку гэтаму факту, бо працэс пашырэння паўнамоцтваў Прэзідэнта быў выкліканы неабходнасцю вырашыць набалелыя пытанні, якія Вярхоўны Савет пераадолець не змог. Вынікам канцэнтравання ўлады стала трансфармацыя палітычнай сістэмы ў дэмакратычны варыянт «звышпрэзідэнцкай рэспублікі», бо, нягледзячы на тое, што інстытут прэзідэнцтва з'яўляецца асноўным і лёсавызначальным палітычным інстытутам у сістэме дзяржаўнага ўладкавання Рэспублікі Беларусь, сам Прэзідэнт не з'яўляецца кіраўніком Урада, у беларускай сістэме няма кіруючай партыі, а таксама існуе дзейная сістэма стрымак і супрацьвагаў [3, с. 130–134]. Рашучыя дзеянні абранага ў 1994 г. Прэзідэнта дапамаглі пераадолець наступствы крызісу 1990-х гг.

На дадзеным этапе развіцця інстытут прэзідэнцтва гарантуе ўстойлівасць развіцця і адзінства краіны, а таксама з'яўляецца сродкам кансалідацыі ўсіх грамадскіх сіл для пабудовы дэмакратычнага грамадства і прававой дзяржавы.

Літаратура

1. Архив. Референдумы [Электронный ресурс] / Центральная комиссия Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.rec.gov.by/ru/arhiv-referendumu>. — Дата доступа: 15.03.2016.
2. Шарова, Н. С. Гісторыя Беларусі: апорныя канспекты / Н. С. Шарова. — Мінск : Аверсэв, 2011.
3. Фамін, В. М. Гісторыя Беларусі: другая палова 1940-х гг. — пачатак XXI в. / В. М. Фамін. — Мінск : Нацыянальны Інстытут Адукацыі, 2013.
4. Соколовский, А. А. Исполнительная власть Республики Беларусь / А. А. Соколовский. — Минск : БГУ, 2001. — 266 с.
5. Канстытуцыя Рэспублікі Беларусь. — 1994 года : з дап., прынятых на 24 ліст. 1996 г. і 17 кастр. 2004 г. — 10-е выд., стэр. — Мінск : Нац. цэнтр прававой інф. Рэсп. Беларусь, 2014. — 62 с.
6. Егоров, А. Н. Политическая система Республики Беларусь / А. Н. Егоров // Весн. беларус. дзярж. экан. ун-та. — 1998. — № 2. — С. 104–115.
7. Пятнаццаць гадоў пры ўладзе // Наша ніва. — Рэжым доступу: <http://nn.by/?c=ar&i=27642>. — Дата доступу: 15.03.2016.

СЕКЦИЯ 15

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

К.В. Беспалько

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат геолого-минералогических наук

Т.Н. Белоусова

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Молочная отрасль является динамически развивающейся отраслью пищевой промышленности Республики Беларусь. В стране около 40 предприятий, занимающихся переработкой молока. На протяжении последних лет на Республику Беларусь приходится 1,4 % мирового производства молока и 5 % мирового экспорта молочной продукции [1]. Однако наращивание объемов экспорта в данной отрасли ограничено экономическими и экологическими факторами.

В процессе исследования были выявлены следующие экономические проблемы молочной отрасли Республики Беларусь: несовершенная организационно-экономическая структура отрасли; недостаток инвестиций для технологического перевооружения предприятий, несмотря на постепенную их модернизацию; проблемы сбыта продукции и др.

Экологические проблемы для молочной промышленности приобретают особую актуальность в связи с истощением ресурсов и необходимостью сохранения окружающей среды. Молочная отрасль относится к наиболее материалоемким отраслям со значительным уровнем водопотребления и водоотведения. Сточные воды молочных предприятий характеризуются высокой концентрацией загрязнений, разнообразных по физико-химическому составу. Многие предприятия отрасли, не имея локальных очистных сооружений, сбрасывают сточные воды в городскую сеть водоотведения с последующей очисткой их на городских очистных сооружениях. Сточные воды молочных заводов быстро закисают, выделяя неприятно пахнущие вещества. Повышенная концентрация загрязняющих веществ в них отрицательно воздействует на окружающую среду и угрожает здоровью людей.

К числу твердых органических отходов на предприятиях по переработке молока относятся некондиционная продукция и производственные потери (например, проливы молока, жидкая молочная сыворотка и пахта), осадки на сетках и фильтрах, осадок, образующийся в результате работы центрифуг-сепараторов и в процессе очистки сточных вод, а также отходы упаковки. В производстве молока ущерб окружающей среде наносят также выбросы пыли, углекислого газа.

Анализ ситуации, сложившейся в молочной отрасли, показывает, что наиболее актуальными являются научные исследования, направленные на модернизацию и создание нового технологического оборудования, решение проблем энерго-, ресурсосбережения, экологизации молочного производства, в том числе в ОАО «Пружанский молочный комбинат».

Исследование водоохранной деятельности этого предприятия показало, что эффективность технологии очистки сточных вод составляет 62 %. Действующие очистные сооружения не обеспечивают надлежащей степени очистки по качественным (азот аммонийный, фосфаты) и количественным (БПК₅, pH) показателям. В связи с этим предложена реконструкция локальных очистных сооружений, которая предполагает внедрение биологического реактора, предусматривающего очистку производственных сточных вод от соединений азота и фосфора; внедрение технологии механического обезвоживания осадка сточных вод с предварительным уплотнением и сбраживанием в ферментаторе, получением и сбором биогаза; строительство модульной котельной, работающей на биогазе, для производства тепловой энергии на технологические нужды комплекса локальных очистных сооружений комбината. Выполнено экономическое обоснование этого проекта. Все показатели эффективности свидетельствуют об экономической целесообразности его внедрения.

Литература

1. Молочная отрасль [Электронный ресурс] Инвестиционная компания ЮНИТЕР. — Режим доступа: www.uniter.by/upload/Dairy_industry.pdf. — Дата доступа: 13.05.2016.

Е.А. Бурчиц
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.А. Смольская

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ Организации работ в области обращения с отходами на предприятиях Республики Беларусь

Существующая в современном мире тенденция увеличения активности хозяйственной деятельности позволяет достичь высоких экономических показателей развития производства и улучшить качество жизни населения путем внедрения достижений научно-технического прогресса, но, в свою очередь, создает дополнительные экономические и экологические проблемы для человечества. На одно из первых мест по актуальности сегодня выходит проблема обращения с отходами,

которые в огромном количестве образуются в результате роста производства и потребления продукции.

В последние годы в Республике Беларусь уделяется большое внимание вопросам минимизации воздействия производственной и экономической деятельности человека на окружающую среду. В первую очередь затрагивается вопрос соответствия процессов организации работ в области обращения с отходами законодательству в данной области. Ежегодно в места хранения и захоронения отходов удаляется более 30 млн т отходов производства.

Основными направлениями совершенствования системы управления в области обращения с отходами на предприятии являются:

- 1) уменьшение количества отходов за счет внедрения мало- и безотходных технологий и вовлечение в хозяйственный оборот отходов, образовавшихся в процессе производства;
- 2) плата за размещение отходов, представляющая собой форму компенсации ущерба, наносимого окружающей среде, и состоящая из платы за размещение отходов в пределах установленных лимитов и возмещение вреда за сверхлимитное размещение;
- 3) экономическое стимулирование деятельности в области обращения с отходами, основными рычагами которого являются льготы, предоставляемые за осуществление мероприятий по ресурсосбережению и переходу на чистое производство;
- 4) производственный контроль и ответственность в области обращения с отходами.

Планирование системы управления в области обращения с отходами — это непрерывный процесс, в котором важным этапом является разработка соответствующего плана работ. В этом процессе можно выделить следующие этапы:

- общий анализ работ;
- сбор информации о действующей системе;
- планирование изменений;
- консультации с экспертами;
- внедрение и пересмотр поставленных целей и задач.

Вредное воздействие производственно-хозяйственной деятельности выражается в нанесении ущерба окружающей среде в виде накопления отходов, формирующихся в процессе добычи и переработки природных ресурсов. Отходы производства требуют для складирования значительных площадей и загрязняют вредными веществами окружающую природную среду. В связи с этим деятельность предприятий должна быть направлена на сокращение объемов образования отходов; внедрение малоотходных технологий; преобразование отходов во вторичное сырье или получение из них какой-либо продукции; сведение к минимуму образования отходов, не подлежащих дальнейшей переработке, и их захоронение в соответствии с действующим законодательством.

Эффективная организация работ в области обращения с отходами позволит сформировать положительный имидж организации, снизит

затраты в данной области, а также увеличит эффективность использования природных ресурсов и снизит негативное воздействие предприятия на окружающую среду.

М.В. Гришкевич
ПолесГУ (Пинск)

Научный руководитель — С.В.Чернорук

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛеной» ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Концепция «зеленой» экономики становится новой глобальной экономической моделью устойчивого развития государства. Основными чертами такой экономики должны стать: сохранение и увеличение природного капитала; уменьшение загрязнения окружающей среды и снижение выбросов парниковых газов; предотвращение утраты экосистемных услуг и биоразнообразия; рост доходов и занятости населения. Для перехода к «зеленой» экономике необходимы коренные технологические преобразования. Возможности перехода экономики Республики Беларусь на «зеленые рельсы» высокие, поскольку существует достаточно развитая законодательная база и экономический механизм в области охраны окружающей среды.

«Зеленая» экономика — новое направление в экономической науке, в рамках которого считается, что экономика является зависимым компонентом природной среды, в пределах которой она существует и является ее частью.

В Республике Беларусь преимущество на пути к такой экономике следует отдавать основному источнику экономического роста — инвестициям. На начальном этапе потребуются инвестиции в диапазоне от 1,05 до 2,59 трлн дол. США. Эти дополнительные инвестиции в среднем составляют 2 % мирового ВВП в год. Необходимы также сопутствующие инвестиции в человеческий капитал, включая такие, которые позволят населению приобрести знания, управленческие навыки и технические умения, необходимые для «зеленой» экономики, чтобы обеспечить плавный переход на более устойчивый путь развития. Рост числа «зеленых» потребителей в западных странах впечатляет: от 4 % в 1960-е гг. (хиппи) до почти 30 % убежденных «зеленых» потребителей в 2000-е гг. Такие светила «зеленой» экономики, как Cleantech Group, прогнозируют, что к 2020 г. размер рынка чистых технологий достигнет 2 трлн дол. В Республике Беларусь инвестиции в человеческий капитал ежегодно прирастают на 5,9 %, и, несмотря на это, планируется стремительно увеличивать их объем [1].

Важным приоритетом в этом направлении является развитие атомной энергетики. К 2018 г. планируется построить Белорусскую

АЭС мощностью 2340 МВт. Позитивный импульс к развитию «зеленой» энергетики должно дать закрепление на законодательном уровне повышающих коэффициентов к тарифам на энергию, вырабатываемую за счет возобновляемых источников [2].

На основании проведенного исследования автор считает, что Беларусь постепенно движется к «озеленению» экономики, предусматривающему применение инновационных технологий и рационального подхода к использованию имеющихся ресурсов, что обеспечит устойчивое социально-экономическое развитие страны.

Литература

1. «Зеленые» потребители [Электронный ресурс] // Cleantech Biotech. Экоинновации. — Режим доступа: <http://www.regreenlab.ru/ru/lohas-market>. — Дата доступа: 15.02.2016.

2. Об утверждении стратегии развития энергетического потенциала Республики Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 9 авг. 2010 г., № 1180 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2004. — № 198. — 5/32338.

Е.А. Лаврецкая
БГУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук О.Н. Лопачук

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИМИ РИСКАМИ

В условиях рыночной экономики риск — ключевой элемент деятельности всех субъектов хозяйствования. А с учетом действующей сейчас концепции устойчивого развития управление экологическими рисками становится неотъемлемой частью деятельности организации.

Управление экологическими рисками, являясь одним из этапов анализа рисков, представляет собой процесс принятия решений, включающий рассмотрение совокупности различных факторов совместно с соответствующей информацией по оценке риска и осуществляющийся в четыре этапа [1]:

- выбор методов управления;
- реализация мер по управлению;
- контроль результатов внедрения мер по управлению;
- корректировка мер по управлению (при необходимости).

В рамках проведенного исследования были изучены различные методы управления экологическими рисками, такие как:

- избежание риска;
- уменьшение вероятности проявления;
- уменьшение возможного ущерба (при возникновении риска);

- передача риска (экологическое страхование);
- компенсация полученного или нанесенного третьим лицам ущерба;
- отказ от деятельности, провоцирующей риск.

Также было оценено их возможное применение для управления экологическим риском от мобильного источника (перевозка опасного груза автоцистерной), произведены экономические расчеты с целью выбора наиболее экономически эффективного метода, вследствие чего были сделаны следующие выводы:

- невозможно применение методов передачи риска по двум объективным причинам: отсутствие механизма экологического страхования в Республике Беларусь и невозможность страхования экологического риска от мобильного источника и отказа от деятельности, провоцирующей риск;
- нерационально применение методов уменьшения возможного ущерба и компенсации полученного или нанесенного третьим лицам ущерба, так как невозможно оценить потенциальный ущерб;
- для управления экологическим риском от мобильного источника возможно использование двух методов: избежание риска и уменьшение вероятности его проявления;
- экономически наиболее эффективно использовать метод уменьшения вероятности проявления, так как затраты на его реализацию в 5,8 раза меньше, чем на реализацию метода избежания риска.

Литература

1. *Тихомиров, Н. П.* Методы анализа и управления эколого-экономическими рисками : учеб. пособие для вузов / Н. П. Тихомиров, И. М. Потравный, Т. М. Тихомирова ; под ред. проф. Н. П. Тихомирова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 350 с.
2. *Алымов, В. Т.* Техногенный риск: анализ и оценка : учеб. пособие для вузов / В. Т. Алымов, Н. П. Тарасова. — М. : Академкнига, 2005. — 118 с.
3. Об утверждении правил по обеспечению безопасности перевозки опасных грузов автомобильным транспортом в Республике Беларусь : постановление Мин-ва по ЧС Респ. Беларусь, 8 дек. 2010 г., № 61 : в ред. : текст по состоянию на 14 марта 2014 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2012. — 8/25308.

А.А. Лев

М.Я. Козлова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат сельскохозяйственных наук

Т.М. Германович

АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ЭНЕРГЕТИКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ — ДОХОДЫ ИЗ ОТХОДОВ

Чем дальше движется в своем развитии человечество, тем более актуальным становится вопрос об использовании альтернативных, возобновляемых источников энергии. Причины этому — истощение запасов природных ресурсов и перспектива энергетического кризиса, негативное воздействие традиционной энергетики на окружающую среду и угроза экологической катастрофы.

Цель работы — рассмотрение биогазовых технологий в качестве наиболее выгодной альтернативы использованию ископаемых ресурсов для Республики Беларусь.

Биогаз является универсальным источником альтернативной энергии. Если энергию солнца или ветра не везде можно получать в нужном количестве, то биогазовые установки применимы в любом регионе. Бесспорно, в любой стране есть органические отходы, из которых можно получать электрическую и тепловую энергию. Следовательно, биоэнергетика — это очень перспективное направление, которое реально способно обеспечить энергетическую безопасность страны.

Актуальность использования биогаза для собственных нужд в структуре расходов потребителей растет вслед за ростом цен на топливно-энергетические ресурсы, поэтому строительство биогазовых комплексов из разряда возможных альтернативных источников энергоресурсов переходит в область житейской необходимости.

Потенциал у биогазовых установок очень большой. Органические отходы с многочисленных животноводческих комплексов и ферм можно и нужно использовать в качестве топлива для биогазовых установок. Биогазовые комплексы позволяют и существенно улучшить экологическую обстановку вблизи крупных ферм, куда в настоящее время сбрасываются миллионы кубометров животноводческих стоков, которые необходимо утилизировать.

Биогаз может использоваться для производства электроэнергии в канализационных системах, в газовом двигателе ТЭЦ, для приготовления пищи, обогрева помещений, нагрева воды, в технологических процессах, в качестве топлива для двигателей внутреннего сгорания.

В целом использование промышленных биогазовых установок на фоне всех преимуществ, а также существенного внутреннего потенциала Республики Беларусь является весьма перспективным направлением, которое позволит расширить рынок энергоносителей в стране,

а следовательно, приведет к большей энергетической независимости нашей республики.

Литература

Тихонов, М. Н. Возобновляемая энергетика: необходимость и актуальность / М. Н. Тихонов, Э. П. Петров, О. Э. Муратов // Экология промышленного производства: Межотраслевой науч.-техн. журнал по отечественным и зарубежным материалам. — М. : ВИМИ, 2006. — № 1. — С. 56–62.

Биогаз [Электронный ресурс] / Белорусский портал по возобновляемым источникам энергии. — Режим доступа: <http://re.energybel.by/biogas/>. — Дата доступа: 04.04.2016.

Сидорович, В. Л. Мировая энергетическая революция: Как возобновляемые источники энергии изменят наш мир / В. Л. Сидорович. — М. : Альпина Паблишер, 2015. — 208 с.

Ю.С. Прадун
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.А. Смольская

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Энергетическая безопасность на макроуровне — это состояние защищенности страны, ее граждан, общества, государства, экономики от угроз надежному топливно- и энергообеспечению. Термин «энергетическая независимость» использован наряду с понятием «энергетическая безопасность» в Директиве Президента Республики Беларусь № 3. Уровень энергетической безопасности оценивается набором индикаторов, сравниваемых с пороговыми значениями. В зарубежных странах существуют различные критерии оценки уровня энергетической независимости экономики, но везде как минимум это показатели энергоёмкости ВВП и показатель самообеспеченности экономики энергоресурсами. Данные показатели равновесны при оценке энергетической безопасности. При этом энергоёмкость ВВП является обобщающим критерием энергоэффективности экономики.

Источником информации для расчета показателей энергоэффективности и самообеспеченности служат топливно-энергетические балансы.

Для оценки уровня энергетической безопасности государства используется индикативный анализ, т.е. система оценок ситуации — индикаторов, количественно характеризующих состояние и степень угроз энергетической безопасности.

В Концепции национальной безопасности Республики Беларусь (2010 г.) констатируется, что низкая самообеспеченность республики собственными топливно-энергетическими ресурсами представляет уг-

розу национальной безопасности государства в экономической сфере. Меры по обеспечению энергетической безопасности сводятся к трем основным направлениям, реализация которых в совокупности позволит минимизировать снижение энергоёмкости ВВП и диверсификацию не только видов носителей, но и поставщиков энергоресурсов.

Задачи в сфере повышения энергоэффективности, а также использования местных и возобновляемых энергоресурсов в Беларуси: обеспечение использования собственных энергоресурсов в балансе для производства тепловой и электрической энергии; обеспечение их экономии; снижение энергоёмкости ВВП. Республика Беларусь относится к категории стран, которые не обладают значительными собственными топливно-энергетическими ресурсами (ТЭР).

Второй показатель оценки энергетической безопасности — энергоёмкость ВВП. Сегодня в Беларуси он составляет 0,23 т нефтяного компонента на 1000 дол. ВВП, динамика его изменения отражает положительную тенденцию. Одним из важнейших направлений реализации политики энергосбережения в Республике Беларусь является необходимость развития возобновляемой энергетики посредством следующих мероприятий:

- разработка для этих целей прогнозируемой и прозрачной системы господдержки для привлечения инвестиций из различных источников;
- совершенствование системы стимулов для производителей энергии из ВИЭ через дифференциацию «зеленых» тарифов в зависимости от мощности установок и используемого сырья; закрепление неизменности действующих тарифов на момент ввода установки в эксплуатацию;
- ликвидация административных барьеров, которые значительно замедляют и усложняют реализацию проектов (при отведении земли, поставках и таможенном оформлении оборудования);
- сдерживающим фактором развития биоэнергетики является отсутствие профессиональных кадров, компетентных как на этапе планирования и реализации биогазовых проектов, так и при функционировании и обслуживании установок.

А.В. Пусь
В.В. Данильчук
БНТУ (Минск)

Научный руководитель — доктор технических наук И.А. Бокун

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БИОТОПЛИВА НА МИНИ-ТЭЦ

Постоянное дорожание традиционных импортируемых в Беларусь энергоносителей (в основном газа и нефтепродуктов) привело к использованию в республике возобновляемых источников энергии, особенно

биомассы. Из нее можно получать как тепловую и электрическую энергию, так и топливо для работы мобильных и стационарных машин [1].

Из общего количества биомассы только 0,5 % употребляется человеком в виде пищи. Большую роль в увеличении энергии биомассы играет использование промышленных органических отходов.

Главным источником энергии из биомассы являются отходы сельскохозяйственной и лесной отраслей, а также специальные насаждения (энергетические плантации). Так как растения сохраняют солнечную энергию в различных формах, то они могут использоваться для получения топлива.

Основными технологиями энергетического использования сухой биомассы являются сжигание, газификация, пиролиз, гидролиз и дистилляция, брикетирование и прессование, анаэробное сбраживание, а для влажной — сбраживание и дистилляция.

Потенциальная энергия, содержащаяся в твердых бытовых отходах на территории республики, равноценна 470 тыс. т у.т. При их биопереработке с целью получения газа эффективность составит не более 20–25 %, что эквивалентно 100–120 тыс. т у.т.

В республике для получения жидкого и газообразного топлива можно применять периодически возобновляемый источник энергии — фитомассу быстрорастущих растений и деревьев. Подсчитано, что в условиях республики с 1 га энергетических плантаций можно получить до 10 т сухого вещества, что эквивалентно 5 т у.т. При дополнительных агроприемах продуктивность гектара фитомассы может быть увеличена в 2–3 раза. Из этого количества биомассы можно получить 7 т жидких энергетических продуктов [2].

С появлением и быстрым ростом численности мини-ТЭЦ — энергоустановок, вырабатывающих тепловую и электрическую энергии мощностью, превышающей преимущественно 10 МВт, — стало потребляться все больше и больше топливной щепы, произведенной из дров, которая является востребованной сегодня промышленностью как в Беларуси, так и в других странах в качестве сырья для более глубокой переработки и получения строительных материалов и продуктов химического производства.

Сегодня единственный путь использования лесосечных отходов и древесно-кустарниковой растительности — это производство из этой биомассы так называемой зеленой щепы, превращаемой в пеллеты.

Пеллеты являются высококалорийным, транспортабельным, хорошо сохраняемым биотопливом, за которым будущее в энергетике Беларуси и других стран [1].

Литература

1. *Вавилов, А. В.* Пеллеты в Беларуси: производство и получение энергии / А. В. Вавилов. — Минск : Стринко, 2012. — 162 с.
2. *Бокун, И. А.* Возобновляемые и нетрадиционные источники энергии / И. А. Бокун, А. М. Темичев. — Минск : ВУЗ-ЮНИТИ, 2004. — 190 с.

А.В. Становская

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.А. Смольская

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Человечество на протяжении своего существования использует энергию, накопленную природой в течение миллиардов лет. При этом способы ее использования постоянно совершенствовались с целью получения максимальной эффективности.

Исчерпаемость традиционных видов энергоресурсов заставляет обратиться к необходимости глубокого освоения и широкого использования возобновляемых источников энергии (ВИЭ).

Имеет значение и то, что для Республики Беларусь как государства, экономика которого базируется преимущественно на импорте энергоресурсов, эффективность использования или замены последних является одним из определяющих факторов производства конкурентоспособной продукции, и в конечном итоге благосостояния общества.

При освоении экономически целесообразного потенциала ВИЭ в нашей стране возможна экономия органического топлива в размере 13–16,7 тыс. т у.т./год, данные представлены в таблице.

Возможности экономии (замещения) органического топлива ВИЭ

Возобновляемые источники энергии	Экономия (замещение) топлива, тыс. т у.т./год
Энергия ветра	1,9–2,0
Энергия солнца	4,5–5,5
Энергия малых рек	1,5–2,0
Энергия биомассы	4,8–6,9
Низкопотенциальное тепло Земли	0,32
Итого	13–16,7

Источник: собственная разработка на основе [1].

Основным фактором, определяющим экологическую эффективность использования различных источников энергии, является уровень выбросов загрязняющих веществ (в первую очередь парниковых газов) в атмосферный воздух.

Экологическая чистота установок возобновляемой энергетики может быть проиллюстрирована следующим примером. Одна установка (ветростанция, фотобатарея, малая ГЭС) мощностью 0,5 МВт в год вырабатывает не менее 1 млн кВт·ч электроэнергии и тем самым предотвращает по сравнению с угольной станцией эмиссию 1 тыс. т

диоксида углерода, 6 т сернистого газа, 1,5 т оксидов азота, заменяет использование 2 тыс. т у.т. традиционных энергоресурсов [2].

Развитие энергетики, основанной на использовании возобновляемых источников энергии, является одним из важных направлений государственной политики в большинстве стран мира, в том числе и в нашей.

Республика Беларусь обладает природно-климатическим и ресурсным потенциалом для развития всех направлений альтернативной энергетики. Развитие альтернативной энергетики позволит Республике Беларусь решить ряд важных проблем, связанных с энергосбережением и защитой окружающей среды [3].

Литература

1. Кундас, С. П. Возобновляемые источники энергии : монография / С. П. Кундас, С. С. Позняк, Л. В. Шенец. — Минск : МГЭУ им. А. Д. Сахарова, 2009. — 315 с.
2. Роль возобновляемой энергетики в энергоснабжении в мире и России. Состояние и перспективы [Электронный ресурс] // ECOTESCO. — Режим доступа: <http://www.ecoteco.ru/id813>. — Дата доступа: 09.03.2016.
3. Сушкевич, Е. А. Использование возобновляемых источников энергии в Республике Беларусь: состояние и перспективы / Е. А. Сушкевич // Весн. беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2011. — № 6. — С. 33–39.

А.А. Шарапаева
Д.Ю. Прокопенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат сельскохозяйственных наук
Т.М. Германович

СОЛНЕЧНЫЕ ЭЛЕКТРОСТАНЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Как и любая развитая страна, Беларусь заинтересована в собственной энергетической безопасности, а следовательно, стремится разнообразить энергоресурсы. Самым мощным и экологически чистым источником энергии является Солнце.

Республика Беларусь собственными природными запасами обеспечивает только 15–18 % общей потребности в топливно-энергетических ресурсах.

На территорию Беларуси за год поступает солнечная энергия суммарной величиной около 3042 часов, что эквивалентно 40 млрд т условного топлива (т у.т.).

К достоинствам СЭС можно отнести возобновляемость, высокий потенциал, устойчивость, экологичность, доступность, бесшумность,

необслуживаемость, сокращение расходов, широкие возможности применения.

Недостатками являются дороговизна, непостоянство, дорогое аккумулялирование и малая плотность мощности [1].

СЭС могут использоваться как в производстве, так и в домашнем хозяйстве. Способы применения для производства: солнечные электростанции для поставки электроэнергии в электросети; организация бесперебойного питания производственного оборудования; освещение зданий, территорий и поддержка охранных систем.

Способы применения для дома: автономное освещение и видеонаблюдение; бесперебойное энергоснабжение загородного дома; освещение зданий, территорий и поддержка охранных систем.

Для оценки условий развития СЭС в Беларуси важно учитывать следующие факторы:

- число пасмурных дней в Беларуси (по общей облачности) — 175–125;
- количество полностью ясных дней в году — 20–35;
- на большей части республики максимум ясных дней приходится на март — апрель, лишь на юго-востоке — на июль — сентябрь;
- продолжительность солнечного сияния составляет — 1750–1900 ч.

В 2013 г. началось строительство первой крупной солнечной электростанции в г. Сморгонь суммарной мощностью не менее 17 мВт.

18 августа 2015 г. в деревне Рожанка Щучинского района завершилось строительство СЭС 1,2 МВт [2].

На территории Беларуси в основном находятся небольшие СЭС. Например, в Витебской области (деревни Азино, Доброплесы, Изубрица), в Смолевичском районе, Минске, Витебске и т.д. [1].

Таким образом, в Республике Беларусь есть необходимые условия для развития солнечной энергетики. Проекты в данном направлении обещают скорую окупаемость, не требуют сложного обслуживания, а также являются экологически чистыми.

Литература

1. Солнечная энергия [Электронный ресурс] // Белорусский портал по возобновляемым источникам энергии. — Режим доступа: <http://re.energybel.by/solar-energy/>. — Дата доступа: 09.04.2016.
2. Энергия независимости [Электронный ресурс] // Солнечные электростанции. — Режим доступа: <http://solarenrg.by/>. — Дата доступа: 09.04.2016.

СЕКЦИЯ 16

ФИЛОСОФСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

С.Н. Воронина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат философских наук Ю.Ю. Гафарова

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ РОДИТЕЛЕЙ В ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЕТЕЙ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

В современных условиях повышение уровня финансовой грамотности населения становится важнейшей задачей государств и общества. Финансовая грамотность — это совокупность знаний о финансовых рынках, особенностях их функционирования и регулирования, осознание последствий своих действий и готовность нести ответственность за принимаемые решения [4, с. 125].

Финансовая грамотность является неотъемлемой и важной частью благополучия каждой семьи.

Для того чтобы детально изучить ситуацию по данной проблематике в белорусских семьях, нами было проведено разведывательное социологическое исследование, в котором принимали участие родители-минчане, имеющие детей в возрасте от 5 до 15 лет. Объем выборки составил 100 человек. Был выбран анкетный метод опроса. Исследование проводилось в апреле 2015 г.

Первый блок вопросов, связанный с финансовой грамотностью самих родителей, дал возможность создать их типичный портрет. Молодые родители-минчане плохо ориентируются в финансовых продуктах; пользуются незначительным числом финансовых услуг (преимущественно совершают оплату коммунальных платежей, обмен валют, платежи через платежные терминалы, берут кредиты и имеют текущий банковский счет); слабо информированы о механизмах защиты своих прав в финансовой сфере.

Второй блок вопросов позволяет рассмотреть, насколько вовлечены в финансовую сферу семьи дети. По результатам исследования были сделаны следующие основные выводы:

- в большинстве белорусских семей включаться в финансовую деятельность дети начинают с 10 лет, но в 40 % семей дети не участвуют в распределении семейного бюджета;
- родители пытаются включать своих детей в финансовые вопросы, но этого еще недостаточно;

- по мере взросления детей приоритетность источников финансовых знаний смещается от семьи к средствам массовой информации, при наличии его личного опыта;

- семья становится полноценным источником финансовых знаний для несовершеннолетних только в той мере, в какой этими финансовыми знаниями обладают родители.

В Республике Беларусь существует ряд программ по повышению финансовой грамотности детей. Но именно семья должна заложить прочный фундамент финансового образования и дать мотивацию для дальнейшего развития.

Литература

1. *Блискавка, Е. А.* Дети и деньги / Е. А. Блискавка. — Минск : Четыре четверти, 2014. — 75 с.
2. *Бойко, М.* Обучение финансовой грамотности: реалии и перспективы для Беларуси / М. Бойко // Адукатар. — 2011. — № 2. — С. 6–11.
3. Гид по финансовой грамотности / А. П. Аксенов [и др.] ; под общ. ред. А. С. Головачева. — М. : КноРус, 2010. — 450 с.
4. *Демидов, Д. Н.* Повышение финансовой грамотности населения: Международный опыт и российская практика / Д. Н. Демидов, А. В. Зеленцова, Е. А. Блискавка. — М. : ЦИПСИР, 2012. — 112 с.

В.С. Дегтерев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат социологических наук Д.И. Наумов

КУЛЬТУРНЫЙ ШОК

В данной статье рассматривается проблема адаптации человека к жизненным условиям под влиянием норм и ценностей чужой культуры. Также представлены основные этапы преодоления культурного шока на уровне сознания индивида.

Человек существует в системе диалогового пространства, специфику которого обеспечивает культура общения людей, проявляющаяся на разных уровнях. Она может проявляться на уровне быта, между субъектами одной культуры, на уровне взаимодействия разных социальных групп одной культурной среды, а также на уровне межкультурного общения [1, с. 66].

Человеку как существу разумному свойственно стремление к изменению собственной жизни. Зачастую эти изменения связаны с переменой места жительства, которые могут происходить как по желанию самого индивида, так и по вине жизненных обстоятельств. Также эти изменения могут носить как краткосрочный, так и долговременный характер. Все это будет определять те процессы, которые в совокуп-

ности называются культурной адаптацией и не могут проходить без трансформации основ культуры общения. Очень часто эта трансформация сопровождается достаточно сложными негативными переживаниями, одним из которых может быть ностальгия, что перекликается с понятием «культурный шок».

Термин «культурный шок» был введен американским антропологом К. Обергом, который описал ряд негативных состояний, сопровождающих вхождение в новую культуру. Позже эти состояния были определены как симптомы и проявлялись весьма разнообразно: постоянное беспокойство о качестве пищи, питьевой воды, чистоте посуды, постельного белья, страх перед физическим контактом с другими людьми, общая тревожность, раздражительность, недостаток уверенности в себе. Человек, испытывающий культурный шок, впадает в депрессию, становится подавленным и агрессивным [2].

Рассмотрев более подробно основные симптомы культурного шока, Г. Триандис выделяет пять этапов процесса преодоления культурного шока на примере адаптации визитеров.

Первый этап «медовый месяц» — энтузиазм, приподнятое настроение.

Второй этап — ощущение негативного воздействия окружающей среды.

Третий этап «критический» — чувство полной беспомощности.

Четвертый этап «выздоровление» — уверенность и активная адаптация.

Пятый этап «завершающий» — полная адаптация.

Графически все эти этапы можно изобразить в форме U-образной кривой: хорошо, хуже, плохо, лучше, хорошо. В реальности же люди, попадая в новую культурную среду, не обязательно проходят через все стадии адаптации, некоторые стадии попросту пропускаются. Кроме этого, эти процессы могут иметь совершенно разные сроки: от нескольких месяцев до 4–5 лет [3].

Литература

1. Карнажицкая, Т. В. Межкультурные коммуникации : учеб. пособие / Т. В. Карнажицкая. — Минск : Изд-во Гревцова, 2012. — 400 с.
2. Этнопсихология [Электронный ресурс] // Психологическая библиотека. — Режим доступа: http://bookap.info/sociopsy/stefanenko_etnopsihologiya/gl70.shtml. — Дата доступа: 20.03.2016.
3. Ионин, Л. Г. Социология культуры : учеб. пособие / Л. Г. Ионин. — М. : Логос, 1998.

А.А. Латышева

А.К. Базылбекова

НЭУ им. Турара Рыскулова (Алматы)

Научный руководитель — доктор политических наук А.М. Джунусов

ОСОБЕННОСТИ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ: АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Вопросам миграции уделяется большое внимание. Такой интерес к проблеме вызван активизацией миграционных процессов, вызванных целым рядом социально-экономических и политических причин.

Перед исследователями встают вопросы: какой характер носят миграционные процессы; каковы мотивы эмиграции; как осуществляется регулирование миграционных процессов в рамках международного права?

Актуальность темы исследования вызвана тем, что до сих пор отсутствует единое толкование понятия «миграция», что, в свою очередь, затрудняет определение правового статуса мигрантов.

При рассмотрении современных миграционных процессов, на наш взгляд, необходимо учитывать следующие моменты:

1. Большая часть населения проживает в странах Азии и Африки (4 млрд человек, или 60 %). Высокая плотность населения, низкий уровень жизни приводят к тому, что люди стремятся эмигрировать в экономически благополучные страны. При этом мигрируют не способные и активные, а бедные и социально ущемленные [1].

2. Большая часть безграмотных людей проживает в странах третьего мира (16 %). Отсутствие образования, профессиональной подготовки приводит к нарастанию социальных противоречий в обществе.

3. Военные конфликты, имеющие затяжной характер (Сирия, Ирак, Ливия).

4. Неравномерное распределение благ (есть страны, где доходы на человека составляют 10 дол. США).

Вышеперечисленные факторы негативно отразились на миграционных процессах. Нерегулируемый поток мигрантов в страны Западной Европы привел к дестабилизации обстановки на рынке труда и в культурном социуме; в основном прибывают рабочие с низкой квалификацией, неспособные адаптироваться в культурной среде.

Процесс миграции затронул и Казахстан, который занимает 9-е место в мире по количеству принимаемых мигрантов. В поисках работы в Казахстан приезжают мигранты из Узбекистана, Таджикистана, Туркменистана и Китая, занятые в сельском хозяйстве, торговле и строительстве. Из России приезжают высококвалифицированные рабочие, занятые в основном в промышленном секторе.

Отличие миграционных процессов в Казахстане от стран Западной Европы состоит в том, что в нашу республику едут мигранты из бывших союзных республик, имеющие общее представление о традициях

и обычаях казахского народа и владеющие русским языком, тогда как в Западную Европу едут мигранты, для которых характерно отсутствие стремления к адаптации к социально-культурным условиям.

В ходе нашего исследования мы пришли к следующим выводам:

- отсутствие эффективного механизма регулирования миграционных процессов в странах Западной Европы будет способствовать тому, что миграционные процессы в ближайшее время не утихнут, а, наоборот, усилятся;
- в будущем основным фактором миграции будет выступать политическая стабильность;
- в мире нет ни одной страны, не задействованной в миграционных процессах;
- трудовая миграция в Казахстан из стран Центральной Азии имеет две стороны — положительную и отрицательную;
- мигранты, как правило, заняты в сферах, не требующих высокой квалификации и низкой заработной платой, а значит, непрестижных;
- мигранты могут составлять конкуренцию на рынке труда нашим соотечественникам, так как труд мигрантов гораздо дешевле.

В будущем с целью более глубокого изучения проблемы мы планируем провести контент — анализ зарубежных СМИ по проблемам миграции.

Литература

Безбородова, Т. М. Экономическая составляющая международной трудовой миграции / Т. М. Безбородова // Сибирский торгово-экономический журнал. — 2012. — № 16.

К.Б. Рахманалиева

НЭУ им. Турара Рыскулова (Алматы)

Научный руководитель — доктор политических наук Г.А. Андиржанова

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АССАМБЛЕИ НАРОДОВ КАЗАХСТАНА КАК ПРОЧНАЯ ОСНОВА МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО СОГЛАСИЯ

В первые годы независимости республики в стране происходили весьма сложные процессы, связанные с духовной жизнью общества, его социальным самочувствием, возрождением национального самосознания. И именно тогда, в начале 1990-х гг., переосмыслив многое заново в нашей истории, во имя сохранения главного нашего достояния — дружбы народов — на 1-м форуме народов Казахстана в 1992 г. Президентом Республики Казахстан Н.А. Назарбаевым была высказана идея о необходимости перевода этого форума на постоянную ос-

нову. 1 марта 1995 г. на общественно-политической арене республики появился новый институт в области национальной политики — Ассамблея народов Казахстана.

В стратегических приоритетах молодого суверенного государства особое место сразу же стало отводиться «именно сохранению и укреплению межнационального согласия и взаимопонимания, дружбы и единства» всех этносов и национальных групп, населяющих Казахстан.

За годы строительства независимого Казахстана Ассамблея как уникальный инструмент гармонизации межнациональных отношений внесла весомый вклад в созидание демократической государственности, став реальным институтом консолидации полиэтнического казахстанского народа.

Казахстан стал первой страной среди стран — участниц СНГ, в которой был создан уникальный институт — Ассамблея народов Казахстана. Этот институт во многом способствовал становлению и утверждению казахстанской модели полиэтнического общества, деятельность которого направлена на укрепление межэтнического и межконфессионального согласия. Межэтническое согласие прочно утвердилось в сознании народа как главная общественная ценность, а опыт деятельности АНК, политика мира и согласия Нурсултана Назарбаева позволили выработать внутренний иммунитет общества по отношению к политизации этнической темы, невосприимчивости к экстремистской риторике. Сформирована прочная правовая основа национальной государственной идентичности.

Целью настоящей стратегии является повышение роли Ассамблеи народов Казахстана в реализации задач стратегии «Казахстан-2030», укреплении стабильности и согласия в обществе и процессе формирования казахстанского народа, его сильной государственности, открытого гражданского общества.

Сегодня Ассамблея народов Казахстана своей кропотливой повседневной работой утверждает в нашем обществе важнейшие общие ценности: единство, стабильность, толерантность, патриотизм, формируя у казахстанцев высокую ответственность и гордость за нашу вечную Родину — Мәңгілік Ел. «Несмотря на этническое, культурное и религиозное многообразие, мы сохранили в стране мир и политическую стабильность, — подчеркивается в Послании Президента Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050»: Новый политический курс состоявшегося государства». — Казахстан стал родным домом для представителей 140 этносов и 17 конфессий. Гражданский мир и межнациональное согласие — наша главная ценность. Мир и согласие, диалог культур и религий в нашей многонациональной стране справедливо признаны мировым эталоном. Ассамблея народов Казахстана стала уникальной евразийской моделью диалога культур». Таким образом, Ассамблея народов Казахстана — это результат уникального политического новаторства Казахстана. Сегодня опыт ее работы становится привлекательным и полезным для многих стран мира.

Литература

Назарбаев, Н. А. Идеиная консолидация общества как условие прогресса Казахстана / Н. А. Назарбаев. — Астана, 2014.

Послание Президента Н. А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050». — Астана, 2014.

Т.М. Энверов

НЭУ им. Турара Рыскулова (Алматы)

*Научный руководитель — кандидат социологических наук
Д.К. Казымбетова*

ЧТО ВЛИЯЕТ НА УСПЕВАЕМОСТЬ СТУДЕНТОВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Образование — это важный социальный институт, главной функцией которого является приобщение к мировым достижениям в области науки и техники. От уровня подготовки специалистов зависит конкурентоспособность страны на мировом рынке.

Нас всегда волновали вопросы, почему одни студенты показывают достаточно высокие результаты успеваемости, а другие, напротив, не проявляют особого интереса к занятиям, не стремятся стать хорошими специалистами и существует ли взаимосвязь между посещаемостью и успеваемостью студентов.

Гипотеза исследования. На успеваемость студентов влияют ценностные ориентации, формируемые в семье. Чем больше в семье уделяется внимания воспитанию у ребенка таких качеств, как трудолюбие, ответственность, настойчивость, самостоятельность и инициативность, тем больше возможностей у ребенка реализовать себя в дальнейшем.

Некоторые студенты не до конца осознают цели обучения в университете, так как первоначально не совсем верно определились с выбором специальности.

Выбор специальности — ответственный момент в жизни каждого человека. От этого зависит не только уровень заработной платы, но и чувство удовлетворенности трудом. Несомненно, осознанный выбор имеет больше преимуществ перед неосознанным: больше возможностей для самореализации. Как правило интересоваться будущей профессией студенты начинают со школьной скамьи: углубленно изучать отдельные предметы, посещать курсы, просматривать дополнительную литературу.

Какими качествами характеризуются студенты, заранее определившиеся с будущей профессией? Они, как правило, целеустремлены, организованы, оперативны. С такими студентами интересно работать над подготовкой научного проекта, принимать участие в круглых столах, конференциях.

Можно предположить, что те студенты, которые не уделяют достаточного внимания учебе, поступили в вуз либо под давлением родителей, либо сдали документы в самый последний момент.

Также одной из причин низкой успеваемости студентов является сочетание учебы и работы. Некоторые студенты начинают работать уже с первого курса. Возможно, причиной, по которой студенты первого курса начинают работать, являются материальные затруднения. Желание получить практический опыт возникает на старших курсах.

Кроме того, причиной может выступать отсутствие интереса к предмету. Некоторые преподаватели используют неэффективные методы обучения, которые не способствуют вовлечению студентов в активный познавательный процесс.

Мы также полагаем, что между посещаемостью и успеваемостью существует тесная взаимосвязь. Как правило, студенты, пропускающие занятия, показывают низкие результаты успеваемости. В ходе дальнейшего изучения нашей темы мы планируем провести опрос студентов 1–4-го курсов с целью определения причин пропусков занятий (по болезни либо по неуважительной причине).

Какие существуют способы повышения мотивации студентов?

На наш взгляд, существуют следующие способы мотивации студентов:

1. Использовать на занятиях различные технологии обучения, которые бы способствовали развитию творческих способностей студентов.
2. Привлекать студентов к участию в научно-практических конференциях, олимпиадах, круглых столах.
3. Больше часов отводить на практическое освоение специальности.
4. Организовать проведение интеллектуальных игр среди учащихся школ с целью определения круга интересов.

Литература

Логинов, О. Н. Влияние учебной мотивации на успеваемость студентов вуза / О. Н. Логинов, Е. Н. Мусафiroва // Надежность и качество : тр. Междунар. симпозиума. — Том I. — 2010.

СЕКЦИЯ 17

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

О.А. Белякова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н.А. Залеская

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ С УЧЕТОМ ГЕНДЕРНЫХ ФАКТОРОВ

В наше время изучение гендерного аспекта при выборе коммуникативных тактик и стратегий становится особенно актуальным в связи с увеличением количества женщин в бизнес-сфере.

Цель работы — проанализировать особенности гендерных аспектов бизнес-коммуникации, а также выявить гендерные поведенческие паттерны, которые способны повысить эффективность делового общения.

Коммуникативное поведение мужчин и женщин имеет существенные различия [1, с. 56]. Доказано, что мужчины в большинстве своем более напористые, чаще перебивают собеседника и более озабочены поддержанием собственного статуса, а женщинам в целом более свойственно компромиссное поведение [2, с. 23].

Компания «Продтоварь» предоставила для анализа скрипт деловых телефонных переговоров, в котором можно проследить данную тенденцию.

Рассмотрим следующую ситуацию: три месяца назад фирма «Агроном-сад» предоставила фирме «Продтоварь» свой товар на реализацию с отсрочкой платежа. Оплата предусматривалась всей суммой одновременно. Через некоторое время выяснилось, что фирма «Продтоварь» испытывает финансовые трудности и в назначенный срок может выплатить лишь треть от оговоренной суммы. Практически с первых реплик назревает конфликтная ситуация, в которой ни одна из сторон не намерена уступать: «Агроном-сад» настаивает на выплате всей суммы в срок, а фирма «Продтоварь» отказывается принимать чужие условия, надеясь выйти из этого положения без потерь.

В такой ситуации очень действенным является привлечение к диалогу представительницы женского пола. Женщина-менеджер включается в разговор и просит для компании «Продтоварь» еще три дня отсрочки, в течение которых будет покрыта половина суммы, а также выказывает готовность выплачивать процент (не больше 5 %) за остаток и использует комплимент, чтобы расположить к себе оппонента. Таким образом, компания «Продтоварь» вносит предложение, которое способствует реализации обоюдных интересов.

Рассмотренный выше пример делового телефонного разговора показывает, что участие женщины в переговорах является своего рода «сидативным средством», вынуждая обе стороны вести себя корректно и галантно, что в итоге нередко приводит к достижению компромисса.

На основании практической части нами были разработаны практические рекомендации по оптимизации деловых переговоров с учетом гендерных факторов: в процессе ведения переговоров необходимо сочетать готовность к компромиссу с твердым отстаиванием своей позиции. Поэтому очень выгодно иметь в своей команде переговорщиков женщин, так как они тоньше чувствуют эту грань и с большей легкостью находят подход к партнеру.

Несмотря на тенденцию стремления к равноправию полов, полностью устранить гендерные стереотипы в бизнес-среде пока не представляется возможным, однако мы можем заставить эти стереотипы работать на себя: не игнорируя их существование, а стараясь извлечь из них пользу.

Литература

1. *Вечер, Л. С.* Секреты делового общения / Л. С. Вечер. — Минск : Выпэйш. шк., 1996. — 367 с.

2. *Грошев, И. Д.* Как принимают решения женщины и мужчины-руководители / И. Д. Грошев. — М. : ЭКО, 1996. — 177 с.

Е.К. Громова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат филологических наук Т.С. Николина

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ BIG DATA В БИЗНЕСЕ

Сегодня цифровые технологии присутствуют во всех областях жизни человека. Растущей тенденцией IT-сферы является процесс обработки и сбора больших объемов информации. В последние годы во всем мире возрастает роль технологии Big Data. Именно в этом и заключается актуальность выбранной темы.

Цель работы — раскрыть понятие Big Data, а также рассмотреть сферы использования и преимущества данной технологии.

Понятие Big Data раскрывается с нескольких сторон:

- огромные массивы информации;
- инструменты обработки информации;
- процесс анализа и расшифровки данных.

Главными характеристиками, отличающие Big Data от другого рода данных, — три V:

- volume — большие объемы данных;

- velocity — необходимость в быстрой обработке и высокая скорость накопления этих данных;
- variety — разнообразие.

Ключевыми для розничной торговли всегда были вопросы, касающиеся поведения потребителей и измерения потерянных продаж для изменения в ценообразовании и продвижении товаров. Технологии Big Data позволяют собрать и проанализировать полученные данные, предоставляя информацию, отвечающую потребностям бизнеса.

Выделяются следующие конкурентные преимущества использования Big Data:

- персонализация — анализируя информацию о клиенте, появляется возможность предложить решения, разработанные для конкретного пользователя;
- динамическое ценообразование — анализ данных о рынке позволит установить самую привлекательную цену для конкретного клиента.
- обслуживание клиентов — создание у заказчика чувства собственной значимости;
- трекинг — уведомление клиентов о том, где их заказ, в каком состоянии и когда он дойдет до них;
- прогнозный анализ — предугадывать события до того, как они произойдут, и делать необходимые приготовления или изменения.

Таким образом, целью использования Big Data является обеспечение максимальной эффективности работы, внедрение новых продуктов и рост конкурентоспособности. Именно это обуславливает перспективность данной технологии.

Литература

Аналитический обзор рынка Big Data [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://habrahabr.ru/company/moex/blog/256747/>. — Дата доступа: 10.03.2016.

Big Data: What it is and why it matters [Electronic resource]. — Mode of access: http://sas.com/en_th/insights/big-data/what-is-big-data.html. — Date of access: 11.03.2016.

Е.В. Дружкова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.А. Кацнельсон

РЕЧЕВОЙ ЖАНР ОБЕЩАНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Политический дискурс характеризуется использованием речевого жанра обещания. Частотность использования обещаний в речах политиков требует изучения данного жанра в политическом дискурсе.

Цель работы — выявление конкретных лингвистических особенностей жанра обещания в русскоязычном политическом дискурсе.

Исходная формула обещания включает следующие элементы: кто (в нашем случае — политик) обещает кому (в нашем случае — народу) и что (обычно конкретное действие). Главной особенностью речевого жанра обещания является исполнительский характер. Невыполнение обещаний подрывает веру в политиков, вероятно, именно поэтому современные действующие политики реже дают опрометчивые обещания, и поэтому наблюдается трансформация данного речевого жанра в политической риторике лидеров. Существует несколько таких трансформаций [1, с. 2].

Во-первых, смена субъекта обещания, приводящая к утрате исполнительского характера речевого жанра. Можно выделить группы с частичной утратой и полной утратой данного признака. Например: чтобы предотвратить дальнейшую деградацию коммунального хозяйства, нужно активнее привлекать частный капитал [Медведев].

Во-вторых, замена предвыборного жанра обещания жанром требования: КППРФ и все патриотические силы России требуют: пора остановиться и встать на позицию твердой защиты наших национальных интересов... [Зюганов].

В-третьих, утрата личной ответственности за исполнение обещаний приводит к тому, что жанр обещания в политическом дискурсе чаще всего заменяется жанром лозунга с семантикой долженствования: Российская политика в отношении стран СНГ должна наконец обрести целенаправленный, системный характер [Зюганов] [2, с. 56].

Также отмечается переход от императивности к информативности для современного политического дискурса. От обязательств политики все чаще уходят в сторону констатаций. Выделяют констатацию:

- намерений;
- готовности;
- заинтересованности;
- возможности;
- обязанности;
- необходимости.

Итак, как показал анализ языкового материала, жанр обещания, характерный для предвыборного политического дискурса, претерпевает ряд модификаций, связанных с заменой объекта обещаний, с утратой исполнительского характера жанра. Утрата императивности как одного из основных жанрообразующих признаков, замена ее декларативностью приводят к мутации жанра обещания в жанры политического лозунга и самопрезентации [1, с. 7].

Литература

1. *Стексова, Т. И.* Речевой жанр обещания в политическом дискурсе / Т. И. Стексова. — М. : ГРНТИ, 2011. — 12 с.

2. Горбачева, Е. В. Политический дискурс как механизм формирования государственно-гражданских отношений / Е. В. Горбачева. — М. : Перемея, 2007. — 183.

А.В. Костюшкина
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат филологических наук Н.А. Куркович

КОНСТРУКЦИЯ РЕАЛЬНОСТИ ПРИ ТРАНСЛЯЦИИ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ТЕКСТАХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Критика деятельности средств массовой информации, занимающихся освещением конфликтов, важна в том смысле, что во времена кризисных событий особенно тщательно должна проверяться достоверность данных. Актуальность настоящей работы определяется постоянным нарастанием конфликтных течений в мире, что повышает важность критики СМИ.

Цель исследования — определить особенности конструкции реальности при трансляции конфликтных ситуаций на примере дискурсивного события «Крымский референдум» в немецких печатных СМИ. Нами был проведен структурный анализ выбранных статей о Крымском референдуме в немецких печатных изданиях Bild и Spiegel. Затем дискурсивные линии были пояснены и подтверждены более детальным анализом — Feinanalyse.

Spiegel представляет экономический, исторический и империалистический дискурсы и дискурс персонализации. Экономический дискурс, построенный на сопоставлении сил Украины, Германии и России, вводится типичными экономическими понятиями (Sanktionen, Gasexport, Preis и т.д.). Украина играет роль «смертельно больного пациента», Россия — «устрашающего силача», а Германия — «мудрого модератора». При проведении исторических параллелей журнал обращается к различным коллективным символам войны (холодная война, Первая и Вторая мировые войны, крымские войны и т.д.). Аналогии со временами власти Гитлера занимают первое место в историческом дискурсе. Частым является и сравнение России с империей: imperiale Zucken, russische Imperialbestrebungen, Putins Riesenreich и т.д. Исторический дискурс часто пересекается с дискурсом персонализации, особенно в отношении Владимира Путина, образ которого строится через демонизацию (символ «Гитлера», метафоры östliche Autokraten, Despoten). В противовес образу Путина выстраивается образ канцлера Меркель, где она представлена как мудрый модератор конфликтной ситуации. Однако издание критикует Меркель за ее стремление угодить каждой из сторон.

Ведущие дискурсы BILD — геополитика и санкции, пропаганда и игровой дискурс. В первом случае речь идет о мировом порядке, который изменился после референдума. Эта дискурсивная линия состоит из двух тем — «международные отношения» и «санкции». Основными темами здесь являются «угроза российской экспансии», «усиление санкций против Путина» и «необходимость коалиции между Европейским союзом и США». Отличительным от Spiegel является то, что BILD рассматривает Украину как сторону конфликта, а не как его объект. Дискурс пропаганды проявляется в двух контекстах. С одной стороны, речь идет о «западной пропаганде», от которой хотят избавиться жители Крыма. С другой стороны, описывается пропаганда российских СМИ и политиков. Употребление слов из лексического поля «играть» вызывает игровой дискурс. BILD преподносит всю ситуацию как одну большую «игру», показывая читателям, что происходящее в Крыму — симуляция и правила игры уже давно прописываются российской стороной.

Spiegel выделяет три стороны конфликта: Россия (агрессор), Украина (жертва), Германия (модератор). В BILD же определяются только две стороны конфликта: Россия и реагирующий блок (США и ЕС). Решение конфликта первое СМИ видит в Германии, второе — в объединении стран против России. Spiegel оценивает Крымский референдум как нарушение международного права и выводит его на уровень конфликта между странами, не анализируя при этом в большей степени события внутри самой страны. BILD же подчеркивает манипулятивный характер захвата власти в Крыму: через пропаганду, работу с общественным мнением населения полуострова.

Таким образом, СМИ по-разному могут конструировать реальность. Это может зависеть от политической позиции СМИ, от основной аудитории или редакционной традиции. Впоследствии разная аудитория получает разные картины одного и того же события.

К.Г. Кутлыев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат филологических наук Е.А. Бондарик

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА СТОЛИЦ ГОСУДАРСТВ (НА ПРИМЕРЕ Г. АШХАБАДА)

Ашхабад находится на пике экономического созревания, а архитектура города слаженно и рационально совмещает восточную культуру и национальные ценности туркменского народа. Ашхабад окружен различными природными памятниками, что дает предпосылки для создания благоприятного имиджа города и привлечения туристов.

Цель работы — анализ формирования имиджа столицы государства (на примере г. Ашхабада) в цифровом пространстве.

Имидж города рассматривается как один из важных и значимых вариантов имиджа территории в целом; чаще всего именно «образ конкретного города — ядро представлений об определенной территории или комплекс субъективных представлений в массовом сознании относительно определенной территории» [1, с. 266]. Это его географическое положение, а также культурное своеобразие. Большую роль в формировании имиджа города играют географические, климатические, национальные и другие различия.

Имидж территории строится путем изучения целевой аудитории, позиционирования (по атрибуту и по преимуществу) и распространения информации.

Целевая аудитория для Туркменистана — ценители культуры древних веков и любители восточных культур, так как в Ашхабаде и его окрестностях очень много памятников истории.

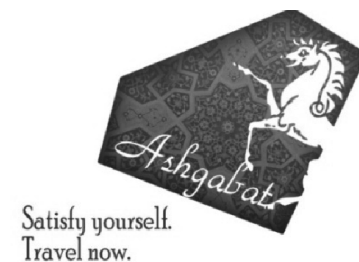
Позиционирование по атрибуту — это позиционирование по формальным признакам. Например, «перекресток дорог», так как во времена Великого Шелкового Пути в этом месте проходили важные торговые коммуникации.

Позиционирование по преимуществу — это позиционирование по преимуществам, которые носят социальный и культурологический характер. Для Туркменистана это может проявляться в таких преимуществах, как низкие цены на услуги жилищно-коммунального хозяйства или социальные гарантии.

Работа по распространению информации включает работу с целевыми аудиториями. Она состоит в донесении до них информации о туристическом климате в стране. Каналами распространения информации могут выступать СМИ, информационно-культурные центры, а также международные организации [2, с. 50].

Для развития положительного туристического имиджа города было решено создать два блога на английском и русском языках, которые содержат всю необходимую для туристов информацию. Блоги содержат следующие разделы: жизнь в Ашхабаде; получение визы; таможенное регулирование; достопримечательности; информация о посольствах; как приехать в Туркменистан. Эти разделы представляют важность для заинтересованных читателей, из которых они могут узнать больше о достопримечательностях страны и понять, что их ожидает и к чему следует подготовиться. Информация об истории, культуры и фотографии города, советы, где можно отдохнуть и развлечься, — эти аспекты дают более широкое представление о стране в целом и, в частности, о городе. Познакомиться с блогами можно по ссылкам: <https://ashgabatourism.wordpress.com/> и <https://engashgabat.wordpress.com/>.

Логотип города, а также лозунг города являются эффективными инструментами продвижения туристического имиджа города. На основе собранной информации был создан логотип города (рисунок), который отражал бы культурные реалии, и во взаимосвязи с лозунгом сформировал положительный туристический имидж.



Логотип и лозунг г. Ашхабад

Литература

1. *Почепцов, Г. Г.* Имиджелогия. Теория коммуникаций / Г. Г. Почепцов. — М. : Ваклер, 2001. — 266 с.
2. *Kotler, Ph.* Atmospherics as a Marketing Tool / Ph. Kotler — Illinois : Journal of Retailing, 1973. — 50 с.

А.А. Лашук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат филологических наук Е.А. Бондарик

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Человеческая коммуникация постоянно развивается, приобретая новые формы. Одной из таких новых форм человеческого общения является интернет-коммуникация.

Интернет-коммуникация, как и любая другая форма общения, предполагает использование речевых стратегий и тактик. Правильно выбранные стратегии и тактики позволяют компаниям достигать поставленных целей, таких как повышение известности, увеличение клиентов, увеличение числа предоставляемых услуг, прибыль, приток новых сотрудников и т.д.

Целью данного исследования является определение стратегий и тактик, используемых для привлечения пользователей на страницы в социальных сетях Facebook и «ВКонтакте» на ранее не исследованных примерах школ иностранных языков Streamline и ES Language Centres.

Исследование проводилось на основании работ М. Маркочии, французского лингвиста, изучавшего феномен интернет-коммуникации и определившего его влияние на социум [1, р. 353–368]; Т.Н. Колокольцевой, лингвиста, доктора филологических наук, указавшей лин-

гвистические особенности общения в Интернете [2, с. 6–120]; М. Морриса, американского лингвиста, выделившего категории интернет-коммуникации [3, с. 42]; Э. Серновица и К. Ших, ведущих специалистов в области интернет-продвижения, определивших особенности сайтов социальных сетей; Н.Б. Мечковской, доктора филологических наук, выделившую жанры интернет-коммуникации и определившую особенности коммуникации в каждом из жанров [4, с. 401–448], работ лингвиста Т.А. ван Дейка, изучавшего речевые стратегии и тактики и одним из первых предложившего классифицировать речевые стратегии [5, с. 14–284]; работ Г.П. Грайса, лингвиста и философа, предложившего классифицировать речевые стратегии по принципу кооперации [6, с. 213]; и О.С. Иссерс, филолога, доктора филологических наук, предложившей классифицировать речевые стратегии с функциональной точки зрения [7, с. 105–108].

Социальные сети являются наиболее распространенным средством интернет-коммуникации. Вероятно, это объясняется удобством их использования как для повседневного общения, так и в целях продвижения.

Проведенное исследование показало, что компании Streamline и ЕС English Language Centres используют одинаковые речевые стратегии для привлечения клиентов на своих страницах в социальных сетях: стратегии самопрезентации, доброжелательности, информирования, вежливости и побуждения к действию. Можно предположить, что именно эти стратегии являются наиболее эффективными в интернет-продвижении. Однако вопрос, являются ли данные стратегии универсальными в продвижении в социальных сетях, требует дальнейшего исследования.

Литература

1. *Marcoccia, M.* The internet, intercultural communication and cultural variation / M. Marcoccia // *Language & Intercultural Communication*, 2012. — Vol. 12. Issue 4. — P. 353–368.
2. *Колокольцева, Т. Н.* Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева. — М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. — 328 с.
3. *Моррис, М.* Интернет как масс-медиа / М. Моррис // *Журнал коммуникации*. — 1996. — № 1. — С. 42.
4. *Мечковская, Н. Б.* История языка и коммуникации: От клинописи до Интернета / Н. Б. Мечковская. — М. : ФЛИНТА: Наука, 2009. — 584 с.
5. *ван Дейк, Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. — М. : Прогресс, 1989. — 310 с.
6. *Грайс, Г. П.* Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // *Новое в зарубежной лингвистике*. — 1985. — Вып. 16. — С. 213.
7. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — 5-е изд. — М. : ЛКИ, 2005. — 288 с.

Е.И. Михальчук

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат филологических наук И.И. Ковалевская

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ США И ПРОБЛЕМЫ ИХ ПЕРЕВОДА

Отличительной чертой мировой экономики в современный период является неравномерное экономическое развитие различных стран, лидирующее место среди которых занимают США. В связи с этим в одних странах, в частности в США, появляются термины, которые не имеют эквивалентов в других. Эти термины отображают текущее состояние, реалии страны. Поэтому одна из главных проблем, с которой сталкивается переводчик при передаче экономического текста с одного языка на другой, заключается в правильном переводе с учетом существующих различий экономических реалий стран.

В связи с тем, что процессы глобализации все больше набирают темпы — уже ни одно государство не может осуществлять свою деятельность без тесного взаимодействия с другими странами, — потребность в переводе экономических текстов только возрастает. Однако для адекватной передачи текстов с одного языка на другой необходимы знание и понимание экономических реалий и способов их перевода. В этом и заключается актуальность и важность выбранной темы.

Цель работы — раскрытие теоретических основ изучения экономических реалий и разработка практических рекомендаций по их переводу.

Чаще всего реалией называют предмет, понятие, явление, характерное для истории, культуры, быта того или иного народа страны, не встречающееся у других народов; слово, обозначающее такой предмет, понятие, явление, также словосочетание (фразеологизм, пословица, поговорка), включающее такие слова.

Как правило, экономические реалии создаются на основе уже существующих терминов и общеупотребительной лексики. В частности, в составе таких реалий, как *exchange-traded fund* (торгуемый на бирже фонд, Биржевой инвестиционный фонд) или *Donor advised fund* (Фонд донорского финансирования), ключевым является термин *fund*, значение которого понятно носителям русского языка.

Обе реалии образованы по следующей схеме N+PartII+N (существительное, второе причастие, существительное). В первом случае *exchange-traded fund* использован почти дословный перевод «торгуемый на бирже фонд», который отражает само значение слова, так как *exchange-traded fund* — это индексный фонд, паи (акции) которого обращаются на бирже.

Во втором случае *Donor advised fund* при переводе опущено слово *advised*, так как оно не является мотивированным. Оно требует более детального описания значения, ведь *Donor advised fund* — это разно-

видность фонда, отличающаяся тем, что даритель или другое лицо, вкладывающее средства в фонд, может давать рекомендации или сообщать свои пожелания относительно тех целей или тех лиц, которым данные средства могут быть переведены; но руководство такого фонда формально не обязано следовать этим рекомендациям. Однако предложенный описательный перевод не рекомендуется использовать при переводе данной реалии в тексте ввиду его громоздкости. В этой связи предпочтение отдается усеченному переводу «фонд донорского финансирования».

В ходе исследования была разработана классификация экономических реалий США по различным признакам, составлен словарь экономических реалий США, которые часто встречаются в таких авторитетных изданиях, как Forbes, Bloomberg, The Wall Street Journal.

При переводе экономических реалий наблюдается тенденция к созданию прямых и функциональных соответствий. Это объясняется стремлением максимально точно передать суть реалии и избежать двусмысленности.

Литература

Томахин, Г. Д. Реалии-американизмы / Г. Д. Томахин. — М. : Высш. шк., 1988. — 240 с.

Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. — М. : Международные отношения, 1980. — 189 с.

П.С. Полубинский
P.S. Palubinski
 БГЭУ (Минск)
 BSEU (Minsk)

Научный руководитель — кандидат филологических наук Н.П. Могиленских
 Scientific adviser — N.P. Mogilenskikh, Ph.D.

EVENT MANAGEMENT OF THE INTERNATIONAL EXHIBITIONS (CASE STUDY OF THE EXHIBITION «HOUSEEXPO-2016»)

СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЫСТАВОК (НА ПРИМЕРЕ ВЫСТАВКИ «HOUSEEXPO-2016»)

В работе представлены результаты исследования этапов событийного менеджмента международной выставки «HouseExpo: Архитектура. Дизайн. Строительство — 2016»: от формулирования концепции выставки до анализа эффективности использованных стратегий и тактик выставочного менеджмента на международном уровне.

The importance of event management is undeniable in today's fast-changing business world. Managed appropriately, events produce economic, social and cultural benefits [1, p. 257]. Such events as international exhibitions require thorough planning and effective execution to ensure participants, visitors and guests derive the maximum possible advantages from the exhibition on the international level.

The objective of the research is to determine the main stages of managing exhibitions after analysing the case of the International Specialized Exhibition «HouseExpo: Architecture. Design. Building-2016» organized by the Exhibition Company «Belinterexpo» of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry.

The results of case analysis can be summarized in the Table.

Stages of managing the International Specialized Exhibition «HouseExpo-2016»

Stage	Stage Description	Stage Application
1	2	3
Stage 1. Event Idea and Approval	Idea generation.	Generation of the idea to organise the exhibition for designers, architects and construction companies.
	Approval of the top management.	Approval of the Director of the Exhibition Company «Belinterexpo» and the Chairman of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry.
Stage 2. Setting Date, Venue and Budget	Dates setting.	16–19 March 2016.
	Negotiation with platforms for the exhibition.	Negotiation with Sports Palace, Minsk.
	Formulation of the realistic cost analysis.	Financial planning.
Stage 3. Program Planning and Speakers Selection	Planning of the intensive business program.	Seminars, workshops, B2B meetings.
	Endorsement of the keynote speakers.	E.g. Alexander Samoilov, business coach in business communication, corporate psychology and time management.
	Endorsement of subject-matter experts.	E.g. Ufox-media (Social media marketing).
Stage 4. Participants and Visitors Lists	Creation of the database of both participants and visitors.	E-mail distribution, fax distribution, cold calling.

1	2	3
Stage 5. Event Promotion	Finding the media to cover the event.	Proposition of “Partnership Packs” for web-sites, field-related magazines and newspapers to publish press releases and the exhibition updates.
	Production of printed collateral materials.	Production of exhibition brochures, posters.
Stage 6. Event Execution	Monitoring of the situation.	Conducting personal interviews.
	Conducting surveys.	Distribution of feedback questionnaire.
Stage 7. Event Reconciliation	Evaluation of the event effectiveness.	Calculation of return on investment; processing of the questionnaire survey responses — approx. 80 % of the companies plan to participate in the exhibition “HouseExpo-2017”.
	Communicating the event results to the leadership.	Reports to the top management of the Exhibition Company “Belinterexpo” and the Belarusian Chamber of Commerce and Industry.
	Sharing the event results with the participants, visitors and guests.	Publishing of post releases on web-sites and in field-related magazines and newspapers.

The area of practical application: the research findings can be considered by the specialists of the exhibition companies to manage events on the international level.

The perspective of the research is to create a handbook on the event management of the international exhibitions.

Literature

1. Bowdin, G. Events Management / G. Bowdin. — 3rd Edition. — London : Routledge, 2010. — 774 p.

РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО НОВОСТНОГО ДИСКУРСА В ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ BBC NEWS, EURONEWS, FRANCE24)

На сегодняшний день отмечаются кардинальные изменения в сфере массовых коммуникаций, связанные с переходом индустриального общества на новую ступень развития — коммуникационное, или информационное, общество. Развитие технологий привело к появлению более сложных форм дискурса, в частности печатного дискурса, радиопередач, коммуникаций в электронном формате.

В связи с повышением интереса общества к экономическим проблемам современности в настоящее время формируется особый тип экономического новостного дискурса, примером реализации которого могут служить материалы международных порталов BBC News, Euronews и France24. Обращение непосредственно к экономическому дискурсу связано с особым положением, которое занимает экономическая часть культуры, и с ее особой значимостью в современных общественных мировых процессах.

Цель работы состоит в анализе способов организации электронного экономического новостного дискурса и выявлении его структурных особенностей.

Особую роль в организации экономического новостного дискурса играет понятие «гипертекст», которое делает возможным преобразование множества текстов в единое целое. Сам адресат становится центром дискурсивной деятельности в электронном коммуникативном пространстве, задавая последовательность развертывания дискурса, руководствуясь собственными интенциями. Гипертекст изменил способ существования новостных текстов: модифицировались структура и реализация экономического новостного дискурса.

Анализ экономических рубрик интернет-порталов показал, что при составлении новостных блоков одновременно используются осевой и сетевой принципы публикации. Любой пользователь может получить полную картину происходящего из ряда публикаций единого новостного блока, который может содержать разнообразную информацию либо о конкретном событии, либо информацию более широкого масштаба, тематически связанную с описываемым фактом.

Важную роль в организации экономического дискурса играет заголовок. При его рассмотрении была выявлена следующая тенденция: среди всех типов экономических заглавий в сети Интернет преобладает заголовок-событие, информация которого отражает либо все содержание публикации, либо релевантную деталь основного события, остальные важные детали которого освещены во вводе. В свою

очередь вводка публикации эксплицирует основные макропозиции следующего за ней экономического новостного дискурса.

Экономический новостной дискурс в электронных СМИ обладает рядом специфических функциональных особенностей. Данный тип дискурса многофункционален: он одновременно сочетает в себе информативную, коммуникативную функции и функцию конструирования бизнес-реальности.

Помимо критерия многофункциональности особенностью реализации экономического новостного дискурса в электронных СМИ является полифоничность. Полифоничность дает возможность изложить многообразие мнений, позиций, оценить происходящее с разных сторон. Для реализации полифоничности автор использует языковые средства или цитирование.

При производстве экономического новостного электронного дискурса следует принимать во внимание разнообразие экономической лексики. В результате исследования было установлено, что экономические лексические компоненты можно разделить на шесть категорий: общие экономические термины, «повседневные» экономические термины, специальные экономические термины, экономические аббревиатуры, «уникальные» экономические термины и экономические «клише». Наибольшее количество лексики приходится на общие экономические термины, что объясняется широкой известностью среди пользователей.

Литература

Амзин, А. А. Новостная интернет-журналистика / А. А. Амзин. — 2-е изд. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 140 с.

Кузьмина, Н. А. Современный медиатекст : учеб.-метод. пособие / Н. А. Кузьмина. — 3-е изд. — М. : Флинта, 2014. — 416 с.

Д.Г. Трус
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — кандидат филологических наук
И.И. Ковалевская*

АРГУМЕНТАЦИЯ И СПОСОБЫ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ПИСЬМАХ

В настоящее время аргументация представляется еще недостаточно изученной с точки зрения соответствия нормам, предпочтениям и предписаниям, выработанным в практике различных речевых культур. В этой связи целью данного исследования является выявление лингвопрагматических особенностей структурирования аргументов в русскоязычных рекламных письмах.

Аргументация — это логико-коммуникативный процесс с использованием доводов для убеждения другой стороны. По способу воздействия выделяются логическую и эмоциональную аргументации, которые различаются структурой, композицией и механизмами обмена аргументами [2, с. 62].

Логическая (рациональная) аргументация — рациональное обоснование выгоды приобретения товара (услуги), которое опирается на логику, умозаключения и связано с содержательно-концептуальной информацией. Эмоциональная аргументация построена на обращении к эмоциям и основным мотивам, к которым относятся физическое благополучие, экономические интересы, социальные интересы, развлечения, истина и справедливость.

Применительно к рекламному письму, направляемому конкретному адресату и содержащему подробное описание рекламируемых услуг или товаров [1, с. 83], логические и эмоциональные аргументы часто сочетаются в целях привлечения потенциального клиента к товару или услуге.

Как в большинстве деловых писем, автором текста используются логические приемы оперирования фактическими и статистическими данными. Данный прием используется для убедительности, яркости и большей впечатлительности.

Также эффективным считается прием использования мнения эксперта, который достигается путем включения прямой речи, где присутствует возможность использования приема доказательства, представленный несколькими аргументами.

Логические аргументы сами по себе не производят необходимого впечатления, поэтому их рекомендуется сочетать с эмоциональными, суть которых в некотором преувеличении возможностей рекламируемых товаров или услуг.

Также при структурировании рекламных писем часто используется прием преобразования информации. Суть данного приема в убеждении потребителя в покупке именно этого товара.

Выделенный выше прием часто предшествует формулированию выводов, которые могут быть представлены эхофразами, составляющими заключительную часть. Эхофразы используются для повторения главной части мотива, например: «Вольво». Ездите безопасно».

Таким образом, в целях эффективного воздействия на потенциального клиента могут использоваться многообразные способы логической и эмоциональной аргументации, которые реализуются путем комплексного применения различных языковых средств.

Литература

1. Медведева, Е. В. Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева. — М. : Эдиториал УРСС, 2003. — 280 с.

2. Картер, Г. Эффективная реклама. Путеводитель для малого бизнеса / Г. Картер. — М. : Бизнес-информ, 1991. — 244 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

<i>Бобровская М.О., Щербаков А.В.</i> Факторный анализ динамики валютного курса Республики Беларусь	3
<i>Галда С.В.</i> Развитие научного потенциала Республики Беларусь: проблемы и перспективы	5
<i>Ефимчик Б.И.</i> Экономия от эффекта масштаба: сущность и особенности проявления в различных отраслях	6
<i>Забелло Л.Г., Лычковская Е.В.</i> Теневая экономика и наличный расчет	8
<i>Знак Е.И.</i> Степень развития человеческого капитала и уровень зарплаты	10
<i>Иванов С.Г.</i> Уязвимая занятость как экономическая категория	11
<i>Исайкин И.В.</i> Анализ внешнего долга Республики Беларусь и его влияние на экономику	13
<i>Кичкайло А.А.</i> Совершенствование политики регулирования экспорта в Республике Беларусь	14
<i>Князева В.С.</i> Будущее юаня	16
<i>Ловчая Д.М.</i> Биткойны как частные электронные деньги: особенности и перспективы распространения	17
<i>Перещук А.А.</i> Проблема молодежной безработицы в современном обществе	20
<i>Приставко А.С., Ломакина В.С.</i> Молодые и перспективные: социальная политика для студентов	21
<i>Руткова К.А., Труханович К.А.</i> Система платных дорог в Республике Беларусь	23
<i>Рыбьякова П.С.</i> Уклонение от уплаты налога на прибыль	24
<i>Сильчукова А.Т.</i> Пенсионные системы и экономическая обремененность пенсионного возраста	25
<i>Чурикова К.А.</i> О некоторых аспектах формирования человеческого капитала в Республике Беларусь	27

Секция 2. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

<i>Андралойть А.Ю.</i> Особые экономические зоны Китая: опыт создания и перспективы применения в Беларуси	29
<i>Антипов А.В., Луневич К.И.</i> Конкурентоспособность белорусского экспорта	30

<i>Астапович Ю.Г.</i> Основные направления совершенствования системы таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС	32
<i>Ахремчик Ю.Н.</i> Торговля и экология: чудеса «экономической гравитации»	34
<i>Бутанова В.М., Кравцова М.В.</i> Транснациональные банки и банковская тайна: игра на выживание	36
<i>Грицкевич А.А., Воронина А.А.</i> Проблема оценки доли товаров и услуг в мировой торговле	37
<i>Ивахненко М.А., Сергачева А.А.</i> Нестандартные показатели экономических кризисов	39
<i>Канах Е.В., Швакель К.А.</i> Индустрия 4.0. Выгоды и издержки промышленного развития	40
<i>Качан А.О.</i> Перспективы и пути реализации инфляционного таргетирования в Республике Беларусь	42
<i>Кноп М.В., Петрова В.С.</i> Спираль бизнеса франчайзинга на национальном рынке	44
<i>Курочка Е.В., Шаповал Д.В.</i> Беларусь в системе международных торговых отношений	45
<i>Молокович Д.В.</i> Перспективы налогообложения депозитных доходов в Республике Беларусь	47
<i>Новиков Р.А.</i> Перспективы совершенствования торговых отношений Испании и Республики Беларусь	49
<i>Приходченко Д.Д.</i> Проблемы использования национального богатства Беларуси и пути их решения на примере Австрии	51
<i>Свириденко Ю.В., Табальчук А.В.</i> Перспективы развития ИТ-аутсорсинга в Республике Беларусь	52
<i>Сергуеня О.С.</i> Проблемы и перспективы развития мирового рынка здорового питания	54
<i>Чижев Е.П., Цвирко А.С.</i> Строительство энергоэффективного жилья в Республике Беларусь	56
<i>Якута В.М.</i> Быть или не быть оффшорной зоне в Республике Беларусь?	57

Секция 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА

<i>Агиевич А.В.</i> Накопительная система пенсионного обеспечения: состояние и перспективы развития в Республике Беларусь	59
<i>Байко А.А., Ткачук И.С.</i> Налоговое администрирование косвенных налогов в ЕАЭС	60
<i>Байко А.А.</i> Инновационная деятельность и проблемы ее финансирования в Республике Беларусь	62

<i>Бандевич Н.С.</i> Развитие экспортного финансирования в Республике Беларусь	64
<i>Болтуть Г.С.</i> Особенности трансформации мировой валютно-финансовой системы в современных условиях	65
<i>Дубровский А.А.</i> Рефинансирование государственного долга Республики Беларусь за счет внутренних источников.....	67
<i>Ермалович М.В., Карелина Е.В.</i> Инвестиционная активность как инструмент улучшения финансового состояния организаций	69
<i>Завацкая И.О.</i> Капитал организаций: проблемы формирования и пути их решения.....	70
<i>Заморская О.В., Минько А.А.</i> Особенности возврата НДС по системе TaxFree в Республике Беларусь.....	72
<i>Зорько А.И.</i> Страхование жизни в Республике Беларусь: действующая практика и перспективы развития	73
<i>Зыкина А.В., Гайдукевич Т.В.</i> Доходы домашних хозяйств как источник финансовых ресурсов	75
<i>Ильюкевич А.Н., Пастарнак К.Г.</i> Финансовый план и его роль в современной системе бизнес-планирования организаций	77
<i>Карелина Е.В., Ермалович М.В.</i> Развитие жилищно-коммунального хозяйства в условиях государственно-частного партнерства	78
<i>Кругликов Ф.С.</i> Понятие технологии BlockChain и перспективы развития в области налогообложения.....	80
<i>Лавник В.В., Ефременко Е.А.</i> Концепция налоговых расходов и перспективы ее применения в Республике Беларусь.....	82
<i>Рудой К.В.</i> Финансовый результат деятельности страховщика и пути его повышения.....	83
<i>Трипуз И.Г.</i> Страхование во внешнеэкономической деятельности и перспективы его развития в Республике Беларусь.....	85
<i>Трус А.А.</i> Роль транспортно-логистической деятельности в увеличении внешнеторгового потенциала Республики Беларусь	87
Секция 4. ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ	89
<i>Быкова О.И.</i> Изменение методики оценки кредитного риска Базель II (обновленный стандартизированный подход)	89
<i>Винник Н.С.</i> Электронные расчеты в экономике Беларуси: современное состояние и перспективы развития.....	90
<i>Качан А.О., Гинько Н.И.</i> Проблемы регулирования платежного баланса Республики Беларусь	92
<i>Кондратчик Е.А.</i> Проблемы развития форфейтинга в Республике Беларусь	94

<i>Корневская М.С.</i> Взаимосвязь девальвационных и инфляционных процессов в Республике Беларусь	95
<i>Лях А.С.</i> Финансирование инвестиционных проектов: современное состояние и перспективы развития в Республике Беларусь	97
<i>Оксенюк А.О., Швец Н.О.</i> Деятельность Банка развития Республики Беларусь на рынке банковских услуг	99
<i>Радивоник А.Н.</i> Государственный кредит Республики Беларусь	100
<i>Рымжа В.И., Шишко В.В.</i> Применение биометрических технологий в банковской сфере.....	101
<i>Смирнов Н.А., Климович А.И.</i> Эволюция е-коммерции: революция в информационном секторе	103
<i>Станкевич А.Д., Синицына Е.А.</i> Интернет-банкинг в Республике Беларусь	105
<i>Хроменкова М.С.</i> Оценка инновационной конкурентоспособности банков на рынке безналичных расчетов	107
Секция 5. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ (ПО ОТРАСЛЯМ)	110
<i>Белецкая И.Б.</i> Современные технологии в проведении ABC-анализа	110
<i>Белоусова Е.Э.</i> Анализ эффективности экспортных операций: состояние и перспективы развития	112
<i>Бессарабов В.О.</i> Социально ориентированный бухгалтерский учет: теория, организация, методика	114
<i>Борцова С.С., Брилева А.И.</i> Применение МСФО 15 «Выручка по договорам с покупателями» в национальном бухгалтерском учете на примере строительной отрасли	115
<i>Борищева А.А.</i> Трансформация принципов финансового контроля на современном этапе развития экономики Беларуси	117
<i>Каток Д.В.</i> Современные проблемы проведения анализа финансово-экономического состояния предприятия	118
<i>Корсак М.П.</i> Учет долгосрочных активов в кругообороте капитала организации	120
<i>Крицук В.С.</i> Понятие готовой продукции, особенности ее определения в Республике Беларусь	121
<i>Латушкина В.А.</i> Запасы: сущность, классификация в современных условиях	123
<i>Лосев Н.А.</i> Система возврата НДС TaxFree: порядок расчета и методика учета.....	124
<i>Назаренко Ю.В., Шабаль Ю.Е.</i> Выделение в учете и отчетности вложений в создание долгосрочных активов	126

<i>Полховская Т.А.</i> МСФО (IAS) 29: Условия и необходимость применения в Республике Беларусь	128
<i>Русальская А.Н.</i> Методические подходы к диагностике банкротства в Республике Беларусь и зарубежных странах.....	130
<i>Слапик Е.А., Храмович В.С.</i> Образ бухгалтера на современном этапе в литературе и кино	131
<i>Судник-Гринкевич К.И., Дудко О.С.</i> Раскрытие в отчетности информации о кредитах и займах: состояние и направления совершенствования	133
<i>Федорович С.А., Полуянчик О.В.</i> Учет и анализ логистических затрат	134
<i>Федосеенко Д.П.</i> Тлетворность наличия в белорусской учетной практике процедуры обесценения основных средств.....	136
<i>Худик А.Г.</i> Особенности учета и анализа дебиторской задолженности в соответствии с МСФО	138
<i>Чергейко М.Н.</i> Актуальность проведения форензика на предприятиях Республики Беларусь	140
<i>Черкас В.В.</i> Бухгалтерская отчетность: пути совершенствования.....	141
Секция 6. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СТАТИСТИКИ	143
<i>Бельский А.Б.</i> Изучение сезонности демографических явлений	143
<i>Кириенко С.В.</i> Экстенсивный анализ смертности населения Минской области	144
<i>Козловская К.Е.</i> Гендерная сегрегация на рынке труда Республики Беларусь	146
<i>Лопатко Т.С.</i> Экономико-статистическая оценка уровня и структуры малообеспеченности в Республике Беларусь.....	147
<i>Малюк В.В.</i> Конъюнктурные факторы динамики белорусского экспорта в Россию	149
Секция 7. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ	151
<i>Авласенок С.В., Дунайко Я.Н.</i> Почтовая логистика. Перспективы и особенности развития в Республике Беларусь	151
<i>Андросова С.А.</i> Оптимизация конкурентной позиции ЗАО «Минский завод безалкогольных напитков»	152
<i>Антонюк А.А., Кожемяко И.М.</i> Событийный маркетинг стартап-проектов	154
<i>Бабушкина Е.А., Крачко Е.В.</i> Реверсивная логистика	155
<i>Бубен А.Р., Ягелло Ю.Г.</i> Определение оптимального маршрута исходя из транспортных издержек	157

<i>Вербицкий Н.В., Гаврильчик М.И.</i> Проблемы и перспективы краудэкономики Республики Беларусь	160
<i>Вербицкий Н.В.</i> Анализ результативности участия в выставке ТИВО-2016	161
<i>Вольская М.Г., Зенович Е.И.</i> Логистика и ресурсосбережение.....	162
<i>Воробьева А.С.</i> Оптимальные маркетинговые решения в производстве масложировой продукции	164
<i>Довнар Е.В., Довнар В.В.</i> Использование инструментов логистики для повышения эффективности аквапарка «Лебяжий»	165
<i>Евсевичкая И.Ю., Царик К.А.</i> Белорусские логистические компании на внешнем рынке.....	167
<i>Зайцева Т.В.</i> Современные тенденции развития мирового рынка мороженого	168
<i>Захторенко А.В., Ревягина В.В.</i> Управление ценовыми рисками в процессе закупки	170
<i>Кабачевская Е.И.</i> Развитие внутреннего маркетинга в группе компаний «Кафе Гараж».....	172
<i>Кропис А.П.</i> Роль интернет-маркетинга в современном бизнесе	173
<i>Курецкая В.И., Щит Е.С.</i> Нейромаркетинг в розничной торговле ...	175
<i>Медуницкая В.В.</i> Маркетинговое исследование покупателей продукции ОАО «Світанак» и оценка его результативности	176
<i>Микула А.Г., Короткевич Е.Д.</i> Развитие экологического маркетинга за рубежом	179
<i>Мотуз А.С., Кореньюк К.А.</i> Психология цветового маркетинга	180
<i>Путинцева Е.Е., Путинцева Т.Е.</i> Исследование поведенческих особенностей пользователей сети Интернет в поисковых машинах	182
<i>Страх К.О., Шейко О.Р.</i> Аутсорсинг как инновационное направление развития товаропроводящей сети в условиях кризиса	183
<i>Урбанович В.С., Найда Ю.О.</i> Маркетинг услуг в ресторанном бизнесе на примере кафе Chill Out	185
<i>Урупина В.В.</i> Развитие геоинформационных технологий на рынке B2B	186
<i>Фролова Е.С.</i> Управление сбытовой деятельностью на основе «воронки продаж»	188
Секция 8. ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	190
<i>Анискович Е.В., Кривицкая К.А.</i> Актуальные проблемы машиностроения: проблема и перспективы снижения складских запасов	190
<i>Барткевич Д.Д., Черный К.Г.</i> Оценка эффективности реализации инновационного проекта по производству стеклочерепицы	191

<i>Бартош В.А., Слабодник Е.П.</i> Экономическая информатика и рынок труда в ИТ-отрасли	193
<i>Василевская А.И., Худина Е.М.</i> Аутстафтинг как способ управления персоналом.....	195
<i>Ефимович М.А.</i> Стимулирование персонала как эффективный метод управления.....	196
<i>Забиран А.С., Довголенок Е.А.</i> Пенсионная система Республики Беларусь и пути ее совершенствования.....	198
<i>Кибальникова А.М.</i> Современные проблемы развития социального бизнеса в России.....	199
<i>Кирдун Е.Н., Филипович Е.М.</i> Аутплейсмент — искусство увольнять.....	201
<i>Ковальчук Е.А., Кулинка И.С.</i> Безработица среди молодежи в Беларуси	203
<i>Кучинская Д.А., Пономарева В.О.</i> Безотходные технологии в АПК ...	205
<i>Мищенко А.С., Кирдун Е.Н.</i> Анализ финансовой устойчивости организации в условиях кризиса.....	207
<i>Мищенко А.С.</i> Бюджетирование как инновационный метод управления организацией	208
<i>Новик А.Г., Хмарук Т.Ф.</i> Перспективы развития экономического потенциала птицеводства в Республике Беларусь.....	210
<i>Пинчук О.В.</i> Повышение эффективности картофелеводства	211
<i>Позняк А.В., Снежко С.Г.</i> Особенности и перспективы развития легкой промышленности Республики Беларусь.....	213
<i>Предко А.И.</i> Эффективность производства молока и пути ее повышения	214
<i>Пристром М.В., Скалабан Ю.О.</i> Оценка эффективности реализации инновационного проекта по производству мозаичной плитки ...	216
<i>Романовская П.В.</i> Оценка экспортной составляющей молочно-продуктового подкомплекса Республики Беларусь.....	217
<i>Руденок К.В., Власова М.А.</i> Усиление мотивации труда персонала как фактор повышения эффективности кадровой политики	219
<i>Седляр М.М.</i> Повышение эффективности реализации продукции в огуречном бизнесе Полесья	220
<i>Сергейчик С.И., Суло М.С.</i> Внедрение системы JIT в Беларуси	222
<i>Стасюкевич С.О., Хоревич Е.К.</i> Инновации в здоровом питании	224
<i>Таргонская Ю.Н.</i> Усиление позиции ОАО БМЗ на мировом рынке стали за счет развития стратегии диверсификации рынков ...	225
<i>Титарев А.С.</i> Повышение конкурентоспособности ЗАО МЗБН с использованием информационных технологий	227

<i>Федорова А.С.</i> Обоснование инвестиционного инструментария повышения эффективности функционирования организации	228
--	-----

Секция 9. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ.....231

<i>Андрос Е.В.</i> Преимущества и недостатки применения системы ключевых показателей торговыми организациями	231
<i>Багрицевич Д.Ю., Шкуц Д.И.</i> Влияние потребительских предпочтений и инноваций на повышение качества потребления	232
<i>Бужинская Н.И.</i> Формирование потребительской лояльности в условиях кризиса	234
<i>Василькова С.И., Смирнова М.А.</i> Оценка уровня качества электрических чайников с терморегулятором, реализуемых в Республике Беларусь	235
<i>Вишневский Д.А., Добролович Т.П.</i> Маркетинговое исследование потребительских предпочтений при выборе жевательной резинки ...	237
<i>Войтенко К.А.</i> Механизм управления развитием розничного товарооборота торговой организации	238
<i>Ворона К.М.</i> Разработка методических подходов к созданию био-продукта на фруктово-овощной основе	240
<i>Гурская В.Ю.</i> Грейдовая система как современный инструмент мотивации труда.....	242
<i>Каплич А.Э.</i> Экономические стимулы развития товарооборота кафе «Уют».....	243
<i>Кирбаль Е.Ю.</i> Анализ покупателей потребительского рынка г. Минска	245
<i>Купрейчик Д.С., Солодка А.В.</i> Рентгеноспектральный анализ золотосодержащих ювелирных сплавов	246
<i>Ловец М.П.</i> Тенденции развития рынка косметической продукции ...	248
<i>Люля В.Л., Гирко Д.О.</i> Оценка возможностей развития мебельной промышленности в г. Сморгонь.....	249
<i>Мисько А.А., Сергеева С.Н.</i> Ассортиментная политика предприятия и эффективность торговли.....	251
<i>Орлова Д.В., Пантелева Ж.С.</i> Аромамаркетинг как инструмент продвижения продукции	252
<i>Потапко М.В., Гришковиц А.В.</i> Тенденции и перспективы развития сети объектов ресторанного бизнеса Республики Беларусь	253
<i>Ротанова И.В.</i> Специфика механизма ценообразования на рынке табачных изделий Республики Беларусь	255
<i>Сонгин М.А., Смоленский А.Э.</i> Оценка уровня качества электро-соковыжималок, реализуемых в Республике Беларусь	256
<i>Суخالет К.М.</i> Оценка согласованности направлений устойчивого развития сферы торговли Беларуси и России	258

<i>Филоненко А.Н.</i> Обновление концепции форматов торговых объектов фирменной торговли	260
<i>Школина А.О.</i> Анализ потребительских предпочтений и современный ассортимент тортов	262
<i>Щерба М.О.</i> Оптимизация управленческих решений по развитию ресторанного бизнеса в условиях кризиса	263

Секция 10. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИЕЙ.....265

<i>Бекиш В.И., Филиппук Д.В.</i> Использование информационных технологий в деятельности музеев	265
<i>Лукакова Е.А.</i> Квест-туризм: перспективы развития в Беларуси	266
<i>Славецкая О.И.</i> МТСЕ-туризм. Состояние и перспективы развития в Республике Беларусь	268
<i>Щадий Ю.Н.</i> Блюда национальной кухни в меню завтраков ресторана при гостинице	269

Секция 11. ПРАВО И ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....272

<i>Буйко И.В., Лерко Ю.С.</i> Правовой статус беженцев в Республике Беларусь	272
<i>Демидович В.Д.</i> О правовом обеспечении охраны окружающей среды в сельском хозяйстве Республики Беларусь	274
<i>Зеленковский А.М.</i> Целеполагание прямых иностранных инвестиций как драйвер повышения конкурентоспособности	275
<i>Колета М.И.</i> Роль и место договора франчайзинга в сфере предпринимательской деятельности	277
<i>Кронда О.Г.</i> Роль национального банка Республики Беларусь в регулировании рынка ценных бумаг	279
<i>Маковский И.А.</i> Соотношение нормативных правовых актов ЕАЭС и Республики Беларусь	280
<i>Миненко Я.В., Полякова Ю.В.</i> Правовое обеспечение безопасности генно-инженерной деятельности	282
<i>Пезик А.В.</i> Контракт как особый вид трудового договора	283
<i>Савченко О.О.</i> Правовое регулирование охраны окружающей среды в ситуации вооруженных конфликтов	285
<i>Сидорович К.Ю., Унтон Н.А.</i> Банковская тайна	287
<i>Старостина Е.А.</i> Правовой обычай как источник права в Республике Беларусь	288
<i>Уздякин Д.С.</i> К вопросу правового регулирования деятельности профессиональных союзов	290

<i>Холод Е.М.</i> Основные тенденции развития источников международного частного права	291
--	-----

Секция 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ И МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ.....293

<i>Алексеевич И.Г.</i> Компьютерные экспериментальные расчеты в модели динамики городских систем (модель Лоренца)	293
<i>Барановская Л.В., Гутчик Е.А.</i> Проблема киберзащиты банкоматов	294
<i>Барташова В.В., Замбрижицкая П.А.</i> Компьютерное моделирование для продвижения объектов интеллектуальной собственности ...	296
<i>Бойсина Е.Ю.</i> Эконометрические методы подбора параметров динамических систем	298
<i>Бутько Т.А., Мрочек Е.А.</i> Применение географических информационных систем в демографических исследованиях	300
<i>Доропиевич А.В.</i> Имитационное моделирование технического обслуживания банкоматов	301
<i>Ермаков А.И.</i> Имитационное моделирование динамики торговли финансовыми активами	303
<i>Зинович И.В., Ванюк О.А.</i> Применение ГИС-технологий для внешнеэкономического анализа регионов Беларуси	305
<i>Ильюкевич А.Н.</i> Информационные технологии и системы в медицине	306
<i>Никифорова Д.Д., Логвинец И.В.</i> Социальные интернет-сети как гарант успешного бизнеса	308
<i>Рожанец П.Э., Юраго А.С.</i> Применение ГИС в бизнесе и маркетинге	309
<i>Семенюк А.П.</i> Моделирование зависимости курса белорусского рубля к доллару США от колебаний цен на нефть	311
<i>Славецкая О.И., Чаброва Д.И.</i> Сетевые технологии в гостиничной сфере	312
<i>Шункевич А.Г.</i> Разработка информационной системы учета успеваемости студентов вуза	314

Секция 13. НАЦИОНАЛЬНАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА, ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ.....316

<i>Ефименко Ю.М., Зенькова А.А.</i> Перспективы банковского сектора Беларуси по оценкам международных кредитных агентств	316
<i>Романюк В.В.</i> Перспективы изменения внешних условий для экономики Беларуси по прогнозам международных организаций	317

<i>Смоленская В.В.</i> Депрессивность инвестиционного процесса как основной фактор рецессии в экономике Беларуси	319
<i>Юнчиц Е.М., Барилло А.М.</i> Эффективность государственного управления инновационным комплексом Республики Беларусь	320

Секция 14. ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

<i>Воробьева Е.А.</i> Инновационное бизнес-образование в БГУ	323
<i>Кондратенко А.П.</i> Государство и религия в современном обществе	324
<i>Костиневич К.И.</i> Потенциал для развития белорусских негосударственных «фабрик мысли»	325
<i>Сороко О.О.</i> Роль СМИ в системе международных отношений	327
<i>Статкевич Р.Дз.</i> Эвалюцыя інстытута прэзідэнцтва ў Рэспубліцы Беларусь	328

Секция 15. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

<i>Беспалько К.В.</i> Эколого-экономические проблемы развития молочной отрасли Республики Беларусь	331
<i>Бурчиц Е.А.</i> Направления совершенствования организации работ в области обращения с отходами на предприятиях Республики Беларусь	332
<i>Гришкевич М.В.</i> Перспективы развития «зеленой» экономики в Республике Беларусь	334
<i>Лаврецкая Е.А.</i> Управление экологическими рисками	335
<i>Лев А.А., Козлова М.Я.</i> Альтернативная энергетика в Республике Беларусь — доходы из отходов	337
<i>Прадун Ю.С.</i> Проблемы и перспективы энергетической безопасности экономических систем	338
<i>Пусть А.В., Данильчук В.В.</i> Эффективность использования биотоплива на мини-ТЭЦ	339
<i>Становская А.В.</i> Эколого-экономическая эффективность развития возобновляемой энергетики в Республике Беларусь	341
<i>Шарапаева А.А., Прокопенко Д.Ю.</i> Солнечные электростанции в Республике Беларусь	342

Секция 16. ФИЛОСОФСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

<i>Воронина С.Н.</i> Вовлеченность родителей в процесс формирования финансовой грамотности детей: социологическое исследование	344
--	-----

<i>Дегтерев В.С.</i> Культурный шок	345
<i>Латышева А.А., Базылбекова А.К.</i> Особенности миграционных процессов: анализ состояния и перспективы	347
<i>Рахманалиева К.Б.</i> Деятельность Ассамблеи народа Казахстана как прочная основа межнационального согласия	348
<i>Энверов Т.М.</i> Что влияет на успеваемость студентов: социологический анализ	350

Секция 17. МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<i>Белякова О.А.</i> Оптимизация деловых переговоров с учетом гендерных факторов	352
<i>Громова Е.К.</i> Практическое значение Big Data в бизнесе	353
<i>Дружкова Е.В.</i> Речевой жанр обещания в политическом дискурсе	354
<i>Костюшкина А.В.</i> Конструкция реальности при трансляции конфликтных ситуаций в текстах печатных СМИ	356
<i>Кутлыев К.Г.</i> Формирование туристического имиджа столиц государств (на примере г. Ашхабада)	357
<i>Лащук А.А.</i> Стратегии и тактики привлечения пользователей в социальных сетях	359
<i>Михальчук Е.И.</i> Экономические реалии США и проблемы их перевода	361
<i>Полубинский П.С.</i> Event management of the international exhibitions (case study of the exhibition «HOUSEEXPO-2016»)	362
<i>Раковец А.С.</i> Реализация экономического новостного дискурса в электронных СМИ (на примере BBC News, Euronews, France24)	365
<i>Трус Д.Г.</i> Аргументация и способы ее реализации в русскоязычных рекламных письмах	366

Научное издание

НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Материалы
IX Международной научно-практической конференции студентов

Минск, 13–14 апреля 2016 года

Редактор *А.К. Лапуста*
Корректоры *С.В. Лукашевич, Л.К. Поплавская*
Технический редактор *О.В. Бордашева*
Компьютерный дизайн *О.Н. Белезяк*

Подписано в печать . . . 2016. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Century Schoolbook. Офсетная печать. Усл. печ. л. 22,2. Уч.-изд. л. 20,7. Тираж 120 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.