

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ



Гомель
2022

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
«Гомельский государственный университет
имени Франциска Скорины»

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**

*Материалы
X Международной научно-практической конференции
студентов и магистрантов*

(Гомель, 16 марта 2022 года)

Сборник материалов

Научное электронное издание

Гомель
ГГУ им. Ф. Скорины
2022

ISBN 978-985-577-768-8

© Учреждение образования
«Гомельский государственный
университет имени Франциска
Скорины», 2022

Актуальные проблемы теории и практики современной экономической науки [Электронный ресурс] : X Международная научно-практическая конференция студентов и магистрантов (Гомель, 16 марта 2022 года): сборник материалов / М-во образования Республики Беларусь, Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины ; редкол. : А. К. Костенко (гл. ред.) [и др.]. – Электронные текстовые данные (2,86 МБ). – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2022. – Системные требования: IE от 11 версии и выше или любой актуальный браузер, скорость доступа от 56 кбит. – Режим доступа: <http://conference.gsu.by>. – Заглавие с экрана.

В сборнике материалов конференции представлены теоретические и практические результаты научных исследований и разработок студентов и магистрантов высших учебных заведений Республики Беларусь, Украины, Литвы, Республики Казахстан, Российской Федерации. Сборник посвящён актуальным вопросам развития национальной экономики в современных условиях. Авторами рассмотрены особенности управления экономикой Республики Беларусь и использование с этой целью зарубежного опыта, проблемы обеспечения национальной безопасности страны в различных сферах, современные подходы к управлению организациями в условиях инновационного развития, вопросы эффективной организации бухгалтерского учёта и контроля в организациях, современные подходы к анализу хозяйственной деятельности субъектов экономики, проблемы финансово-кредитной сферы и механизм их решения, возможности использования информационных технологий в управлении на макро- и микроуровнях.

Издание адресовано учёным-экономистам, практикам, аспирантам, магистрантам, студентам, которых интересуют актуальные проблемы развития экономики на современном этапе и пути их решения.

Сборник издаётся в соответствии с оригиналом, подготовленным редакционной коллегией, при участии издательства.

Редакционная коллегия:

А. К. Костенко (главный редактор);
И. В. Глухова (ответственный секретарь);
Е. А. Западнюк, И. В. Бабына, Е. А. Кадовба,
И. А. Трибуналова, О. В. Пугачева

ГГУ имени Ф. Скорины
246028, г. Гомель, ул. Советская, 104
Тел.: 50-49-03, 51-01-03
<http://www.gsu.by>

© Учреждение образования
«Гомельский государственный
университет имени Франциска
Скорины», 2022

СОДЕРЖАНИЕ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

<i>Аникеенко А. В.</i> Оценка последствий и уровня монополизма в Республике Беларусь.	8
<i>Бейзерова А. В.</i> Влияние пандемии на структуру национальной экономики и специфика государственных расходов.	10
<i>Болсун В. Г.</i> Сбалансированность государственных бюджетов в контексте мирового опыта и опыта Республики Беларусь.	12
<i>Кишкевич К. А.</i> Тенденции развития рынка ценных бумаг в Беларуси.	14
<i>Короткова М. В.</i> Политика импортозамещения как инструмент стимулирования экономического роста.	16
<i>Корчеменко Е. Н.</i> Проблема занятости и государственная политика её стимулирования в период пандемии.	18
<i>Кравцова К. Р.</i> Проблемы оценки качества высшего образования в Республике Беларусь.	20
<i>Кузнецов Е. Д.</i> Современные проблемы внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь: товарный аспект.	21
<i>Нестеренко А. С.</i> Социальный пакет фирмы как инструмент реализации социальной политики в Республике Беларусь.	23
<i>Новиков А. С.</i> Применение оценки регулирующего воздействия регионами Российской Федерации (на примере Костромской области)	25
<i>Новиков С. С.</i> Процедура инновационного партнёрства как способ получения новейших продуктов и развития технологий.	27
<i>Оснач Д. А.</i> Причины инфляции и меры их нейтрализации.	30
<i>Седярова Е. В.</i> Влияние миграционных процессов на экономику страны.	31
<i>Сергеева М. В.</i> Оценка уровня бедности и анализ её связи с экономическим ростом в Республике Беларусь.	33
<i>Хаменок К. Д., Хацкевич Е. В.</i> Проблемы и перспективы развития точного земледелия в Республике Беларусь.	36
<i>Хохлякова Т. С.</i> Экономическая безопасность железнодорожного транспорта.	38

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СИСТЕМАМИ И ПРОЕКТАМИ

<i>Баланденко О. О.</i> Результаты и направления развития внешнеэкономической деятельности Гомельской области	40
<i>Белобородая Е. С., Корнев Н. А.</i> Перспективы развития рынка велосипедов в Республике Беларусь под влиянием COVID-19.	42
<i>Василевская А. Э.</i> Важность разработки брендбука для сохранения фирменного стиля предприятий на промышленном рынке.	44
<i>Гамза А. И.</i> Влияние маркетинговых инструментов на эффективность деятельности организаций торговли.	45

<i>Гасанов Р. Л. оглы</i> Социальный пакет в системе стимулирования труда работников организации.	48
<i>Гаспарян П. А.</i> Строительство Амурского газоперерабатывающего завода в разрезе достижения целей стратегического развития России.	50
<i>Громыко А. А.</i> Проблемы снижения затрат по ремонту подвижного состава на железнодорожных предприятиях.	51
<i>Гудеева А. М.</i> Обоснование возможности выпуска нового вида продукции на ЗАО «Ремеза».	53
<i>Дегтеренко Е. Г.</i> Теоретические подходы к определению производительности труда.	55
<i>Дубкова К. А.</i> Пути повышения эффективности использования трудовых ресурсов ТПРУП «Фармация».	57
<i>Зык Н. М.</i> Организация маркетинговой деятельности ОАО «Гомельский химический завод».	58
<i>Климкова О. С.</i> Совершенствование стратегии маркетинга посредством внедрения платформы для онлайн-бронирования.	61
<i>Маслюкова А. Н.</i> Стандарты управления проектом.	63
<i>Митрахович А. П.</i> Формирование конкурентоспособности вуза на основе маркетинга отношений.	64
<i>Моисеева А. С.</i> Изучение эффективности стратегии сегментирования потребителей (на примере СОАО «Коммунарка»)	66
<i>Назарова Т. А.</i> Реализация стратегии потребительской кооперации Витебской области.	68
<i>Рубанов В. В.</i> Совершенствование информационного обеспечения системы управления финансовыми результатами предприятия.	70
<i>Синяк О. В.</i> Антимонопольный комплаенс как элемент в работе компаний.	72
<i>Солдатенко Д. А.</i> Оценка финансового состояния ОАО «Гомельдрев»: собственный и заёмный капитал.	74
<i>Сун Чжэотао</i> Привлечение венчурного капитала компаниями-единорогами Китая.	76
<i>Царёва П. В.</i> Кадровая политика ОАО «Гомельстекло» и оценка её эффективности.	78
<i>Шабалина Е. С.</i> Исследование влияния референтных групп при принятии решения о покупке.	80
<i>Шаповалова Ю. А.</i> Проблемы реализации продукции деревообрабатывающей промышленности на внутреннем и внешнем рынках.	81
<i>Шевцова А. С.</i> Роль и значение мотивации работников в деятельности организации.	83
<i>Эреджепов Д.</i> Развитие маркетинговой деятельности малого предприятия.	85

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЁТА, КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА
КАК ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ
ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

<i>Артемичик П. С.</i> Информационные технологии в обеспечении учёта доходов и расходов внебюджетной деятельности бюджетной организации	88
<i>Глот А. А.</i> Валютные операции в современной учётной системе.	90
<i>Ивановская А. Л.</i> Факторный анализ рентабельности собственного капитала для повышения эффективности деятельности предприятий.	91

<i>Канаи В. Ю.</i> Методические аспекты аудита операций по учёту кредитов и займов.	93
<i>Кулаковская Д. Л.</i> Совершенствование учёта и контроля расчётов с фондом социальной защиты населения	95
<i>Логинава Л. А.</i> Сравнительный анализ финансового состояния коммерческих банков на основе комплексной методики оценки показателей.	97
<i>Мо Шаоцун</i> Методы устранения институциональных недостатков контроля крупных денежных операций в Китае	99
<i>Шкатула У. А.</i> Виды маркетинговых инструментов и особенности их отражения в бухгалтерском учёте.	101
<i>Щуров И. С.</i> Инновационные банковские продукты как фактор укрепления ресурсной базы банков.	103

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

<i>Антончикова А. А.</i> Банковская составляющая инвестиционной активности в Республике Беларусь	106
<i>Бричикова Е. А.</i> Обоснование системы налогообложения коммерческой организации	108
<i>Гапеева Я. С.</i> К вопросу кредитования белорусской экономики	110
<i>Колбасова О. А.</i> Трансформация индустрии финансовых услуг под воздействием цифровых технологий.	112
<i>Кукса М. В.</i> Оценка конкурентной среды на рынке кредитования Республики Беларусь	114
<i>Липко Е. И.</i> Коммерческие банки Республики Беларусь: риски, ликвидность и направления повышения эффективности деятельности	116
<i>Лузан К. В.</i> Доходы бюджета города Гомеля и проблемы их формирования	118
<i>Минович Е. А.</i> О некоторых актуарных обоснованиях необходимости ограничений для выдачи кредитов пожилым заёмщикам.	120
<i>Мяделец К. Ю.</i> Цифровая трансформация экономики как вызов для белорусских банков	122
<i>Редько А. Д.</i> Прибыль белорусских банков в условиях неустойчивости финансового рынка.	124
<i>Суглоб О. В.</i> Уровень финансирования расходов на образование в Республике Беларусь	126
<i>Супрунович А. В.</i> Инновационная продуктовая линейка банков в контексте управления рисками	127
<i>Цалковикова М. Е.</i> Методы статистической оценки налогового потенциала государства	129
<i>Шалобасова М. М.</i> Бюджетное финансирование здравоохранения как детерминанта здоровья населения	131
<i>Широкая А. Ю.</i> Финансирование расходов на социальную защиту граждан в Республике Беларусь: состояние и основные приоритеты	133
<i>Шпадарук А. Н.</i> Ипотечное кредитование и необходимые условия его развития в Республике Беларусь	135
<i>Шпаковская В. В.</i> Порядок наследования цифровых активов как объектов гражданских прав	137

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

<i>Апанасько А. С.</i> Особенности системы автоматизации расчётов при управлении инвестиционными проектами.	140
<i>Бойко М. К.</i> Применение методологии Lean при организации работ по разработке программного обеспечения.	141
<i>Гнатюк И. А.</i> Направления цифровой трансформации предприятия.	143
<i>Лешко К. О.</i> Цифровая трансформация как залог успеха маркетинговой деятельности организации.	146
<i>Мельник В. И., Родько В. П.</i> Маркетинг в социальных сетях посредством использования виртуальной модели.	148
<i>Яцишин Б. П.</i> Современные информационные технологии в гостиничном бизнесе города Хмельницкого	150

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

А. В. АНИКЕЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ОЦЕНКА ПОСЛЕДСТВИЙ И УРОВНЯ МОНОПОЛИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Стабилизация и положительная динамика национальной экономики Республики Беларусь неразрывно связана с качественными изменениями её структуры, с осуществлением эффективной структурной политики государства, и одним из препятствий к ее эффективной реализации является монополизация экономики. Монополия охватывает подавляющую часть рыночного пространства в целях своих интересов. Анализ экономической литературы и реальных экономических процессов в экономике республики показывает, что для нее характерны как отрицательные, так и положительные последствия.

Несомненны для Республики Беларусь такие отрицательные ее последствия как:

– установление завышенных цен при ограниченном объеме производства, что противоречит механизму формирования ценообразования на совершенно конкурентном рынке. Из-за отсутствия альтернативы покупатели вынуждены следовать условиям продавца и создается искусственный дефицит товаров и услуг. И, как итог, потребители, имеющие невысокие доходы имеют возможность их приобретать. В результате возникает прецедент увеличения разрыва между богатыми и бедными слоями населения, неравномерности условий потребления;

– ценовая дискриминация позволяет монополистам обеспечить рост объема продаж и прибыли за счет присвоения потребительского излишка;

– заниженные стимулы к развитию производства и реализации инновационных процессов из-за отсутствия конкурентов. Белорусским монополиям свойственны негибкость, инерционность, низкая экономическая эффективность, однообразие принципов и методов хозяйствования. Но, с другой стороны, повышение уровня использования науки и техники может произойти, если монополия появляется естественным путем, или в результате добросовестных действий ее участников. Большие объемы прибыли позволяют компаниям-монополистам инвестировать средства в новые производственные технологии и научные исследования.

Но монополии присущи и положительные аспекты хозяйствования:

– монополисты, дорожа своей репутацией, брендом и торговой маркой, предлагают высококачественную продукцию. Хотя, например, для естественных монополий это может быть и не свойственно – из-за поддержки государства, а также полного отсутствия рисков, связанных с утратой статуса и положения на рынке;

– создание значительного количества рабочих мест, стабильность занятости и, зачастую, более высокий уровень оплаты труда, устойчивость к финансовым потрясениям.

В Беларуси монополистом признаётся фирма, которую Министерство антимонопольного регулирования признает доминирующей. Таковой считается фирма, имеющая возможность оказывать решающее влияние на условия обращения товаров и услуг, или затруднять доступ другим субъектам на рынок. Доминирующей признается фирма, доля которой на рынке определенного товара превышает предельную величину, установленную Министерством предпринимательства и инвестиций Республики Беларусь. До-

ля хозяйствующего субъекта определяется как процентное отношение объема реализованных товаров и услуг к общему объему реализации аналогичных товаров на рынке.

Согласно методическим рекомендациям о проведении анализа и оценки состояния конкуренции на товарных рынках при определении уровня концентрации товарного рынка в Республике Беларусь, определении уровня доминирующего положения субъектов хозяйствования, используются следующие показатели и их предельные величины, устанавливаемые законодательно:

– коэффициент рыночной концентрации (CR) – сумма долей на товарном рынке трех (CR3) крупнейших участников: низкая концентрация – менее 45%, средняя – 45-70%, высокая 70-100%;

– коэффициент рыночной концентрации четырех (CR4) крупнейших участников товарного рынка: низкая концентрация менее 45 %, средняя – 45 % - 80 % высокая – 80 %-100 %;

– индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (НИ) – сумма квадратов долей (выраженных в процентах) на товарном рынке всех участников товарного рынка. низкая менее – 1 000, средняя –1 000-2 000, высокая – 2 000-10 000 [1, с.13 – 14].

В Беларуси существует Государственный реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках. К середине 2021 на республиканском уровне было зарегистрировано 200 таких субъектов хозяйствования. Примерами монополий в Республике Беларусь являются ОАО «Белорусский металлургический завод - управляющая компания холдинга «Белорусская металлургическая компания», ОАО «Газпром трансгаз Беларусь», республиканское унитарное предприятие «Национальный аэропорт «Минск», ОАО «Белшина», ОАО «Беларуськалий», ОАО «БЕЛАЗ», РУП «Белтелеком», группы лиц: Республиканское унитарное предприятие «Белмедпрепараты» и т.д. В Гомельской области «Милкавита», «Калинковичский молочный комбинат», «Гомельхлебпром», «Гомельская птицефабрика», «Гомельлифт» и другие [2].

В Беларуси на данный момент доминирует монополия государственной собственности, а также чистая монополия. Согласно информации представленной Белстат на 2021 год на госсектор Беларуси приходится около 43% всей занятости и 70% промышленного производства [3]. В стране реализацию государственной политики в области противодействия монополистической деятельности и развития конкуренции осуществляет Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

Оно осуществляет деятельность по выявлению и пресечению нарушений законодательства, содействует развитию добросовестной конкуренции. Санкции, применяемых к монополистам: штраф в размере до 200 базовых величин, для индивидуального предпринимателя – до 500 базовых величин, а на юридическое лицо – до 5000 базовых величин, или лишение права заниматься определенной деятельностью, или арестом, или ограничением свободы на срок до пяти лет [4].

Список использованной литературы

1 Методические рекомендации о проведении анализа и оценки состояния конкуренции на товарных рынках [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://mart.gov.by/files/live/sites/mart/files/documents/Методические%20>. – Дата доступа: 22.12.2021.

2 Государственный реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: https://mart.gov.by/sites/mart/home/activities/antimonopoly_reg/gosreestr/dominators.html pdf. – Дата доступа: 27.12.2021.

3 Восемь рисков для белорусской экономики. Что важно знать [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/01/09/2020/5f4a734a9a79477fa015> – Дата доступа: 23.12.2021.

4 Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях [Электронный ресурс]. – 2021 – Режим доступа: https://kodeksy-by.com/koap_rb.htm pdf. – Дата доступа: 04.12.2021

А. В. БЕЙЗЕРОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА СТРУКТУРУ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И СПЕЦИФИКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ

Причины кризисных явлений весьма разнообразны и связаны, как правило, с экономическими предпосылками. Однако в текущем периоде динамика экономического спада обусловлена пандемией, что привело к неравномерности рецессии в различных отраслях, что зависело от структуры экономики. Так, например:

- в ресурсной сфере обострилась проблема с падением цен на нефть;
- снижение грузооборота и пассажиропотоков привело к проблемам в транспортном секторе и туризма;
- приостановка контрактов, ограничения во внешней и внутренней торговле, падение совокупного спроса, из-за его переориентации в медицинскую сферу, обусловило снижение динамики в отраслях, производящих товары потребительского назначения.
- сектор общественного питания, и, соответственно производства, связанные с ним, из-за противоэпидемических ограничений.

В среднем ежегодное снижение ВВП в различных странах составило 4-7%. По оценкам Международной организации труда, примерно 1,3 млрд человек могут остаться без работы – а это практически 40% трудоспособного населения.

С другой стороны, некоторые отрасли получали сверхдоходы. Например, из-за снижения предложения показала рост цветная металлургия, значителен их рост был в фармацевтической сфере, темпы роста цен наблюдались и в производстве продуктов питания. Получателями сверхдоходов стали хай-тек-гиганты: Amazon, Apple, Google, Facebook и Microsoft из-за роста интернет торговли, онлайн работы и общения, что вызвало рост спроса на компьютеры, интернет рекламу, различные гаджеты.

Снижение темпов экономического роста предполагает изменение бюджетной политики государства, в частности, государственных расходов. Особенность их состоит в том, что их объем выходит за рамки запланированных и законодательных ограничений. Они осуществляются в форме прямых денежных выплат, трансфертов, создания специальных государственных фондов поддержки бизнеса. Динамика государственных расходов в развитых странах в текущем периоде, в условиях нарастающих последствий пандемии, составила 17 % ВВП, в странах со средним доходом – 4 % ВВП, в развивающихся – 1,6 % [1].

Направления государственных расходов в период пандемии состояли в следующем:

- закупка медицинских защитных средств, поддержка медицинских учреждений, расширение исследований на разработку вакцин и непосредственно вакцинацию;
- покрытие операционных расходов самозанятых и владельцев малого бизнеса;
- на решение долгосрочных проблем в области цифровой трансформации, образования, здравоохранения и «зеленой» энергетики;
- формирование фондов экономической стабилизации для крупных фирм;
- поддержку населения, то есть прямые денежные трансферты находящимся на карантине и работникам предприятий, которые были закрыты по распоряжению властей;

Например, в Германии только в начале пандемии было выделено 4,5 % ВВП для поддержки медицинской сферы. Для крупных фирм был учрежден фонд экономической стабилизации, имеющий в своем распоряжении 600 млрд евро, средства которого должны быть направлены для вливаний в акционерный капитал, на поддержку гарантий по корпоративным обязательствам и разрешение на кредиты для целей рефинансирования [2]. При этом поощрение государством частных инвестиций осуществляется за счет ускоренных

амортизационных отчислений. Государство выделяет прямые субсидии на исследования в области цифровизации, электронной мобильности. Дополнительные государственные расходы были направлены и на семейные пособия. В настоящее время продолжается процесс наращивания госрасходов, их повышенный уровень вновь закреплён в «дополнительном бюджете».

В США правительством было принято пять законов для поддержки граждан и экономики общим объёмом 3,4 трлн. долл. США в соответствии с «Американским планом спасения», предполагающего расширение ответственности государства в социальной сфере. Только на покрытие потерь малого бизнеса было выделено 100 млрд. долл. США.

В КНР была выработана особая политика государственных расходов, которая направлена, прежде всего, на поддержку регионов, которые особенно пострадали от него. В первые же месяцы с начала пандемии правительство Китая направило 136,9 млрд. юаней (19,7 млрд. долл. США) в беднейшие провинции – Тибета, Синьцзян, Сычуань, Цинхай, Ганьсу и Юньнань. Дополнительно, в виде социальных пособий (14,7 млрд. долл. США) получили помощь особо пострадавшие от коронавируса. Кроме того, местные власти изыскивали собственные резервы для помощи нуждающимся [3].

На фоне пандемии в Бразилии впервые был превышен допустимый Конституцией страны уровень государственных расходов. Чрезвычайные меры, в связи с пандемией, были включены в отдельный, так называемый «военный», бюджет [1].

В Беларуси также пандемия COVID-19 спровоцировала снижение деловой активности, из-за чего сократились темпы прироста ВВП и внешнеторговый оборот, обострились проблемы рынка труда, ухудшилась финансовая устойчивость предприятий: сокращение выручки и чистой прибыли, увеличение доли убыточных предприятий. Несмотря на рост реальных доходов населения на 5,4 %, в некоторых секторах (туризм, транспорт, общепит), они имели тенденцию к снижению. В то же время наблюдался рост в таких секторах, как фармацевтика и розничная торговля.

Правительство также, как и в других странах, вынуждено было перераспределять бюджетные ресурсы в медицинскую сферу: закупка оборудования, тест-систем, медикаментов, доплаты медицинским работникам. Осуществлялась и поддержка предприятий с помощью косвенных мер в виде: налоговых каникул, рассрочки по арендным платежам, включению противоэпидемиологических расходов в издержки, что позволяло снижать долю налогов на прибыль и другие.

Требования, которые необходимо выполнять при изменении динамики госрасходов могут быть следующими: объём дополнительных расходов должен быть примерно таким же, что и ожидаемое сокращение ВВП от пандемии; соответствие, пропорциональность выплат и других форм поддержки тем потерям, которые понесли экономические субъекты; применение разных стратегий государственной поддержки для стран с различным уровнем доходов.

Список использованной литературы

1 Табах, А. Подругина, А. Бюджетная политика: новый поворот / А. Табах, А. Подругина [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://econs.online/articles/opinions/byudzhetskaya-politika-povuyu-povorot/>. – Дата доступа: 10.01.2022.

2 Экономика Германии в период коронавируса: последствия и новые вызовы [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-germanii-v-period-koronavirusa-posledstviya-i-novye-vyzovy/viewer>. – Дата доступа: 17.01.2022.

3 Последствия пандемии COVID-19 для экономики Китая: итоги 2020 года [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/posledstviya-pandemii-covid-19-dlya-ekonomiki-kitaya-itogi-2020-goda/viewer>. – Дата доступа: 27.12.2021.

В. Г. БОЛСУН

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ БЮДЖЕТОВ В КОНТЕКСТЕ МИРОВОГО ОПЫТА И ОПЫТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Обеспечение сбалансированности государственного бюджета – один из определяющих критериев эффективности государственной политики регулирования устойчивости национальной экономики. В настоящее время практически на всех уровнях бюджетной системы – муниципальном, региональном, государственном бюджеты исполняются с превышением расходов над доходами, что обусловлено:

- несовершенством налоговой системы, превышением налоговых ставок над оптимально допустимыми и отсутствием гибкости реагирования на изменившуюся ситуацию;

- циклическими колебаниями;

- непредвиденными обстоятельствами, что особенно проявилось в настоящий момент в связи с пандемией;

- низкой эффективностью планирования и контроля в национальной финансовой системе.

Существует два варианта соответствия доходов и расходов государственного бюджета дефицит и профицит. В первом случае следует говорить о невозможности целей и задач его использования, во втором – о снижении эффективности использования бюджетных средств и сдерживании деловой активности субъектов хозяйствования в силу увеличения налогового бремени.

Наряду с общими методами балансировки госбюджетов, таких как:

- изменение ставок налогообложения в зависимости от реально сложившейся ситуации в экономике;

- лимитирование расходов или создание оптимальной системы их распределения, то есть исключения из их состава лишних затрат, не обусловленной крайней необходимостью, соблюдение установленных лимитов расходов;

- жесткое планирование и определение резервов роста доходов;

- определение источников заимствований, в случае угрозы существенного дефицита;

- постоянный мониторинг и финансовый контроль над целевым использованием бюджетных средств;

- постепенное прекращение дотирования, и усиление ответственности за выполнение обязательств при получении субсидий;

- мобилизация резервов роста бюджетных доходов.

В различных странах используются собственные особые методы и инструменты балансировки бюджетов. Для развитых стран характерен консерватизм в механизме балансировки бюджетов. Так, например, в США, в соответствии с правовыми нормами, предполагается установление запрета на дефицит или профицит, или устанавливается жесткий его процент. США проводит инвентаризацию и анализирует программы, включаемых в федеральный бюджет, которые исключают устаревшие программы. Также внебюджетные фонды в США формируют процесс перераспределения национального дохода с помощью целевых налогов и сборов и остатки средств фондов по закону должны быть вложены в государственные долговые обязательства, что позволяет сократить дефицит бюджета.

В Швеции, также законодательно, варьируется величина профицита – 1-2%, что позволяет погасить государственный долг. В Великобритании инициировано принятие закона об обеспечении профицита при экономическом подъеме. В Германии, например, за 2020 год федеральный бюджет был сбалансированным бюджетом, несмотря на пандемию. Это связано с тем, что в Германии существует собственная методика перераспределения ресурсов между бюджетами муниципальных образований, включающим трехступенчатое межбюджетное выравнивание, благодаря которому удастся достичь позитивных результатов. В Японии сложилось четкое разграничение сфер приложения капитала: частного – в производственную сферу, государственного – в инфраструктуру, что позволяет наиболее эффективно использовать средства государственного бюджета.

Для Республики Беларусь также актуальна проблема поддержания сбалансированности бюджета. Так, в 2018 и 2019 годах государственный бюджет выполнялся с профицитом, что было обусловлено проведением сдерживающей бюджетной политики, направленной на преодоление накопившихся макроэкономических дисбалансов: высокой инфляции, стабилизации платежного баланса и валютного курса. Так, профицит консолидированного бюджета 2019 году составил 3 142,2 млн. руб. Консолидированный бюджет Республики Беларусь за 2020 год исполнен с дефицитом в размере 2 689,5 млн. руб., поскольку произошел резкий рост расходов на медицинскую сферу в связи пандемией [1]. Бюджет Беларуси в 2021 году планировался с дефицитом 4 млрд. бел. руб., или 2,6% к ВВП, который был профинансирован за счет внутренних резервов [2]. На 2022 год, бюджет Беларуси также планируется с дефицитом 2,9-3 млрд. бел. руб. с учетом всех возникающих рисков, и исходя из инерционного сценария развития экономики, но при сохранении своей социальной направленности. Все дополнительные доходы, которые генерирует экономика, будут аккумулироваться в специальных резервных фондах [3].

Дефицит государственного бюджета в Беларуси связан с:

- несвоевременностью расчетов с бюджетом юридических и физических лиц;
- задолженностью по платежам в бюджет, причем недоимка по платежам в целевые бюджетные фонды в ряде случаев превышала задолженности по платежам в бюджет. На начало 2021 г. задолженность по налогам и сборам составила 205,6 млн. бел. руб. [4].

- дополнительными, экстренными расходами, связанными с санкционными рисками и пандемией.

Для обеспечения сбалансированности республиканского и местных бюджетов в пределах располагаемых доходов необходимо, чтобы разрабатываемые прогнозы основывались на реалистичных оценках развития экономики, концентрации бюджетных средств на приоритетных направлениях социально-экономического развития страны, повышение открытости, информативности для граждан об использовании его средств, сохранения размера государственного долга на безопасном уровне.

Список использованной литературы

1 О состоянии государственных финансов Республики Беларусь 2020: аналитический доклад // Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] – 2022. – Режим доступа: <https://minfin.gov.by/upload/bp/doklad/2020/yd2020.pdf>. – Дата доступа: 07.01.2022.

2 Бюджет Беларуси 2021 года планируется с дефицитом Br4 млрд [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/bjudzhet-belarusi-2021-goda-planiruetsja-s-defitsitom-br4-mlrd-420625-20>. – Дата доступа: 25.12.2021.

3 Головченко Р: бюджет Беларуси 2022 года сохранит социальную направленность [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/golovchenko-bjudzhet-2022-goda-sohranit-sotsialnuju-napravlennost-460854-2021/>. – Дата доступа 25.11.2021.

4 Дефицит республиканского бюджета Беларуси в январе 2021 г. составил 0,5 млрд. бел. руб. [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://primepress.by/news/ekonomkika/defitsit_respublikanskogo_byudzheta_belarusi_v_yanvare_2021_g_sostavil_0/. – Дата доступа: 15.01.2022.

К. А. КИШКЕВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В БЕЛАРУСИ

Развитие и эффективное функционирование рынка ценных бумаг для Республики Беларусь имеет особо актуальное значение, поскольку через этот сектор экономики привлекаются в инвестиционные процессы свободные денежные средства субъектов хозяйствования, происходит их перераспределение между различными сферами и отраслями, что способствует ускорению динамики национальной экономики, гибкости изменения ее структуры. Ценные бумаги в настоящее время являются одним из инструментов регулирования макроэкономической нестабильности и, в частности преодоления инфляционных процессов. Эмитируемые государством ценные бумаги, кроме того, служат источником привлечения дополнительных средств в государственный бюджет. Вторичные ценные бумаги способствуют минимизации финансовых рисков.

В Республике Беларусь существует как биржевой, так и внебиржевой рынки ценных бумаг. Они открыты и доступны широкого круга инвесторов, вне зависимости от стартового капитала и места нахождения. В последние годы сектор организованного рынка облигаций составляет 36,6 %, неорганизованный – 62,1 %. Соответственно по акциям – 0,1 и 1,2 % [1].

В настоящий момент наиболее распространёнными ценными бумагами фондового рынка в Республике Беларусь являются корпоративные акции и облигации, являющиеся альтернативой депозитам в коммерческих банках, государственные краткосрочные и долгосрочные обязательства, краткосрочные обязательства Национального банка. В Беларуси действуют 273 эмитента облигаций, а по номинальной стоимости объем их эмиссии равен Br 32,8 млрд. руб. Выпускают акции 4 285 акционерных обществ, в том числе 2 299 это открытые акционерные общества и объем эмиссии ценных бумаг по номиналу составляет Br 33,2 млрд. руб. [1].

Особенность структуры рынка ценных бумаг такова, что вместо заемного финансирования в виде размещения свободных в ценные бумаги, в Республике Беларусь преобладает в основном банковское кредитование, а фондовый рынок служит площадкой купли-продажи в основном государственных ценных бумаг. ГКО, ГДО, государственные облигации, номинированные в иностранной валюте, облигации государственного выигрышного валютного займа доминируют на фондовом рынке Республики Беларусь. Владельцами государственных ценных бумаг в большем объеме являются банки 61,3 % об общего объема. Затем юридические лица и физические лица, соответственно – 32,2 % и 6,5 % [1]. Что касается корпоративных акций, то они не пользуются повышенным спросом среди населения, поскольку по ним низкие дивиденды, а также последние облагаются налогом в размере 24 %.

К началу 2021 г., по сравнению с предыдущим годом обозначился прирост операций с ценными бумагами на 1,2 %. Происходило определенное сокращение эмитентов ценных бумаг, в частности акций.

Рынок акций имел тенденцию к сокращению на 78,9%. При этом объем операций купли-продажи акций вырос на 2,3 %, а его сокращение связано с сокращением операций в категории «иные» – 91,5 %.

Рост рынка облигаций составил 7,2 %. При этом существенно выросли операции покупки-продажи облигаций. Наблюдалось увеличение оборота валютных облигаций, например, в долларах США обозначился рост на 17,0 % [2].

Изменение структуры рынка ценных бумаг Беларуси в текущем периоде связано:

- со снижением оборота акций открытых акционерных обществ, и преимущественно государственных предприятий;

- значительным сокращением оборота облигаций Национального Банка Республики Беларусь и облигаций местных, муниципальных структур. Так покупка-продажа акций ОАО в первом полугодии 2021 года сократилась на 80,8 %, облигаций Нацбанка и местных займов на 95,7 % и 97,5 % соответственно [2].

Как отмечают эксперты, сдерживающими факторами интенсификации развития рынка ценных бумаг являются:

- замедление приватизационных процессов, преобладание доли акций предприятий государственной формы собственности и невысокая доходность по ценным бумагам, связанная со значительными ставками налогообложения и ограниченным их пакетом, которыми располагает население;

- дисбаланс в структуре эмитентов, то есть темпы роста государственных ценных бумаг значительно выше, чем корпоративных, что ограничивает приток капитала к предпринимательскому сектору;

- в рамках предпринимательского сектора преобладают ценные бумаги кредитных, банковских структур на фоне незаинтересованности предприятий в открытом привлечении к инвестициям свободных ресурсов посредством торгов ценными бумагами;

- недостаточный уровень информированности населения о доходности предприятий и величине дивидендов, получаемых акционерами, а, также рейтингов эмитентов;

- слабое развитие и недостаточная популяризация альтернативных вариантов вложений в ценные бумаги, например, в инвестиционные фонды, страховые компании и другие структуры небанковского сектора;

- ограниченные гарантии для инвесторов в свободном распоряжении полученными доходами и беспрепятственном переводе их в другие сферы;

- ограниченные возможности для выпуска ценных бумаг иностранным субъектам, поскольку такое право имеют те, кто предварительно был зарегистрирован в качестве резидента своей страны.

Направления интенсификации рассматриваемого сектора Республики Беларусь состоят в следующем:

- оптимизация государственного регулирования по упрощению механизма эмиссии ценных бумаг, в том числе путем сокращения перечня эмиссионных документов;

- расширение возможностей для зарубежных субъектов хозяйствования для эмиссии ценных бумаг соответственно правовым нормам Республики Беларусь;

- создание условий, в частности, стимулирующей системы налогообложения для развития инвестиционных фондов;

- расширение участия в разработке международных соглашений по привлечению инвестиций отечественными предприятиями;

- либерализация системы налогообложения для инвесторов и уменьшение роли посредников в торгах ценными бумагами на организованном рынке.

Список использованной литературы

1 Текущее состояние и перспективы развития рынка ценных бумаг цифрах [Электронный ресурс] – 2022.– Режим доступа: <https://www.minfin.gov.by/upload/depceen/smi/seminar%20231219/01.pdf>. – Дата доступа: 10.01.2022.

2 Итоги работы белорусского рынка ценных бумаг за 1 полугодие 2021 в цифрах [Электронный ресурс] – 2022.– Режим доступа: <https://aigenis.by/news/itogi-raboty-belorusskogo-rynka-cennyh-bumag-za-i-polugodie-v-cifrah/>. – Дата доступа: 10.01.2022.

М. В. КОРОТКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Импортозамещение играет большую роль в экономике страны: создает новые производства, увеличивает уровень самообеспеченности по широкому диапазону товаров, для производства которых имеются в национальной экономике ресурсы. Создание замещающих производств повышает конкурентоспособность производимой продукции, поскольку предприятия ориентированы на новые технологии, более совершенную организацию производства, поиск потребителей не только в собственной стране, но и за ее пределами.

Политика импортозамещения оказывает позитивное воздействие на развитие национальной экономики и экономический рост, поскольку:

- укрепляется экономическая безопасность страны, и снижается зависимость от санкционного давления, что особенно важно в текущем периоде;

- минимизируется диктат условий купли-продажи со стороны зарубежных поставщиков;

- успешная реализация политики импортозамещения создает предпосылки для изменения структуры экономики и ускорения процесса ее диверсификации, поскольку формируются новые производственные структуры, товары и услуги и даже возрождаются ранее сократившиеся;

- активизируется сальдо торгового баланса, что особенно важно для Беларуси в условиях его дефицита. Это обусловлено тем, что, во-первых, снижается импорт и возникают дополнительные стимулы к развитию экономики. Во-вторых, как следствие, уменьшается влияние изменений валютного курса на экономику, происходит падение курсов иностранных валют в силу уменьшения спроса на них, а значит замедляются инфляционные процессы;

- снижается общий уровень цен – в силу использования более дешевых отечественных ресурсов и новых технологий, а также уменьшения реакции отечественных цен сторону повышения из-за их роста на импортируемые товары;

- укрепляются тенденции к росту производства конечной продукции и инновационных товаров, повышению уровня квалификации производственного персонала;

- увеличение темпов роста валового внутреннего продукта и создание дополнительных рабочих мест;

- уменьшается необходимость взаиморасчетов в иностранной валюте и укрепляются позиции национальной. Это уменьшает потери субъектов хозяйствования связанных с конвертацией валют и комиссионными выплатами в банковскую сферу;

- приведение отечественных технологических стандартов, качества продукции в соответствие с международными [1, с. 12-13].

Анализируя зарубежный опыт реализации политики импортозамещения, можно выявить ее ключевые особенности, представляющие интерес для Республики Беларусь. В зарубежных странах реализуются самые различные модели производства импортозамещающей продукции. Например:

- стратегия наращивания, предполагающая увеличение производства экспортируемой, или инновационной, продукции на основе национальных ресурсов;

- стратегия заимствования, для которого характерно дублирование производства ранее экспортируемых товаров, но на основе собственных ресурсов;

– стратегия переноса, реализуемая путем закупки лицензий у зарубежных производителей.

Для реализации той или иной политики импортозамещения необходимы соответствующие условия. Во-первых, реальная оценка потенциала ресурсов, которыми располагает страна. Во-вторых, формирование эффективной и действенной системы государственной поддержки развивающихся производств. В-третьих, оперативность переориентации неперспективных предприятий. В-четвертых, постоянный мониторинг затрат на дополнительный импорт сырья и комплектующих, связанный с заменой ввозимой в страну продукции и доходов от наращивания собственного производства. В-пятых, адаптация технологий и результатов научных разработок зарубежных производителей для собственного производства [2, с.146-147].

В Республике Беларусь за последние десять лет произошел значительный рост стоимостного объема импорта. Импортоемкость ВВП к середине 2021 года составляла 65,4 %, и по сравнению с 2020 она выросла на 9,8 % [3], что свидетельствует о необходимости ускорения внедрения перспективных методов политики импортозамещения.

На сегодняшний день Министерством экономики Республики Беларусь предложено около 170 импортозамещающих проектов на общую сумму почти 13 млрд инвестиций. Эти 47 проектов позволят нам создать продукции более чем на 9 млрд. долл. США импортозамещения.

Стратегия государства по реализации этой политики на долговременную перспективу состоит в следующем:

- увеличение государственных закупок и субсидирование экспортоориентированных производств, создание льготного режима их кредитования;
- формирование технопарков на свободных площадях государственных предприятий с привлечением средств отечественного и иностранного бизнеса;
- приобретение технологий и расширение возможностей для стажировки работников, а также материальное стимулирование последних за реализацию проектов по импортозамещению;
- сотрудничество отечественных субъектов хозяйствования с иностранными предприятиями-экспортёрами: приобретение технологий производства продукции и стажировка работников;
- активизация научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, нацеленных на инновационное развитие производства, поиск путей изготовления импортной продукции на отечественных предприятиях;
- объединение усилий отечественных производителей одной сферы для производства импортозамещающей продукции.

Ускорение реализация стратегии импортозамещения позволит стране сократить импорт, и позволит расширить рынки сбыта в зарубежных странах.

Список использованной литературы

1 Морозова, Н. В. Особенности политики импортозамещения в современных условиях / Н. В. Морозова, И.А. Васильева, А. И. Горбунова // *Oeconomia et Jus*. – 2016. – № 1. – С. 11-18.

2 О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/R32100348_1632171600.pdf. – Дата доступа: 10.01.2022.

3 Основные тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере Республики Беларусь. Аналитическое обозрение Январь-сентябрь 2021 г. [Электронный ресурс] – 2022. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/ectendencies/rep_2021_09_ot.pdf. – Дата доступа: 14.01.2022.

Е. Н. КОРЧЕМЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОБЛЕМА ЗАНЯТОСТИ И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ЕЁ СТИМУЛИРОВАНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Проблема занятости является одним из индикаторов проявления макроэкономической нестабильности. Причины ее снижения весьма разнообразны и зависят от фазы экономического цикла, технологических и структурных сдвигов, миграционных процессов, государственной политики, направленной на сохранение рабочих мест, что характерно и на сегодняшний момент. Однако ситуация на мировом рынке труда претерпевает особые, экзогенные изменения, связанные с эпидемией коронавируса, что оказало беспрецедентное воздействие на предприятия всех размеров и типов в мире. Пандемия обусловила частичную, а во многих сферах и тотальную приостановку производственно-хозяйственной деятельности во многих сферах экономики. Так, например, экономика стран Европейского Союза в начальном периоде пандемии сократилась на 6,8%. Значимая часть занятого населения находится на удаленной работе, что часто сказывается на ее эффективности. Многие работники отправлены в отпуска без содержания. Но проблему занятости обостряет особенно то, что огромное количество предприятий уже прекратили свою деятельность, сократили рабочее время и уволили сотрудников. Многие из них балансируют на грани банкротства. Таким образом, в текущем периоде одними из наиболее актуальных вопросов являются сдерживание роста безработицы и применение особых мер социальной защиты незанятого населения.

Наибольшие потери понесли отрасли торговли, общественного питания, транспорта, туризма, сферы развлечений. Например, в 2020 году 114 миллионов человек были лишены рабочих мест. Особенно это сказалось на женщинах в среднем на 5%. Наиболее серьезные последствия пандемии сказались на тех сферах, где была занята молодежь. Уровень безработицы среди молодого поколения в среднем составляет 8,7% [1]. О масштабности этой проблемы можно утверждать на основании появления у экспертов категории «потерянного поколения», связанной именно с пандемическими процессами.

Сравнительный анализ уровня снижения занятости в различных странах показывает, что лидером в 2021 остается США более 8%. В Испании –16,1%, Италии 10,2%, Латвии 8,7% [1]. В среднем в Европейском Союзе безработица составила 7,5%. В России и Китае – 6,2% и 6,1% соответственно [2]. Весьма значительным было сокращение занятости в Латинской Америке и в странах Карибского бассейна, Южной Азии.

Последствия такого спада занятости для мировой экономики проявляются в следующем:

– потери национального объема производства – 4,4% ВВП, или 3,7 трлн. долл. США;

– увеличение потерь рабочего времени не только для потерявших работу, но и частично сохранивших ее. Эти потери были примерно в четыре раза выше, чем в ходе предыдущего мирового экономического кризиса 2009 года;

– снижение суммарного мирового дохода от трудовой деятельности на 8,3%, что составляет 3,7 трлн. долл. США, или 4,4% мирового ВВП [2];

– расширению такого процесса как рост бездействия. Масштабы бездействия, на долю которого приходится 71% сокращения занятости в мире привело к сокращению мирового уровня участия в составе рабочей силы в 2020 г. на 2,2 процентных пункта, до 58,7% [2];

- необходимости переориентации расходов государственных и местных бюджетов в направлении поддержки потерявших доходы предприятий и работников;
- политические и общественные беспорядки, стрессовая нагрузка на общество, обострение криминогенной ситуации.

Эти потери не были характерны для Республики Беларусь, поскольку деятельность подавляющего большинства предприятий не останавливалась и, как следствие, массовых кадровых сокращений не произошло, и показатель фактической безработицы в 2020 году снизился на 0,2 % по сравнению с 2019 годом. За 1 квартал 2021 г. фактическая безработица в Республике Беларусь составила 4,2 %, что говорит об относительной стабильности занятости [3].

Преодоление последствий пандемии как для бизнеса, так и для населения во многом предопределяется государственными пакетами стимулирующих и поддерживающих мер по поддержанию притока финансовых ресурсов и льгот для всех хозяйствующих субъектов. Они состоят в следующем:

- увеличение лимитов государственных гарантий, которые, например, могут покрыть 80 % суммы каждого кредита компаний, оплачивающих аренду, зарплаты сотрудникам, расплачивающихся с поставщиками или осуществляющих закупки;
- налоговые льготы или налоговые каникулы, налоговые кредиты, продление сроков выплаты налогов тем предприятиям и сферам, которые сократили производство и для самозанятых;
- субсидии и льготные кредиты на оплату труда работникам;
- единовременные гранты;
- расширение прав на получение пособия по безработице для работников, уволенных в связи с пандемией;
- выплата пособий не только потерявшим работу, но и частичного пособия тем, чей рабочий день был сокращен;
- льготы по болезни или при условии самоизоляции работников;
- выделение дополнительных средств для медицинского страхования;

Для Беларуси, на наш взгляд, в этих условиях целесообразно:

- повышение величины пособия по безработице до уровня минимального размера оплаты труда;
- упрощение процедуры постановки на учет в качестве безработного;
- предоставление малым и средним организациям пострадавших сфер дополнительной финансовой помощи со стороны государства и снижение налоговых ставок и ставок арендной платы.

Успешная реализация различных стратегий восстановления экономики, инклюзивный подход, основанный на социальном диалоге и поддержке потерявших работу, будет способствовать ускорению выхода из создавшейся на современном этапе ситуации.

Список использованной литературы

1 Дорога молодых. Безработица во всем мире бьет по молодежи. Как с ней справляется Россия? [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2021/05/07/bezrab/>. – Дата доступа: 06.01.2022.

2 Вестник МОТ: COVID-19 и сфера труда. Седьмой выпуск Обновленные оценки и анализ [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public>. – Дата доступа: 06.12.2021.

3 Безработица на фоне COVID-19 в Беларуси и мире: о чем говорят статистические данные [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/trud-okazalsya-ne-naprasnym.html>. – Дата доступа: 11.01.2021.

К. Р. КРАВЦОВА

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Е. А. Рожковская,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Образование – это бесконечный процесс обучения и воспитания новых поколений, передачи знаний, умений и навыков, их усвоение и формирование разносторонних личностей, которые могут менять мир.

Образование является основой социально-экономического развития и может быть решением многих глобальных проблем, например преодоления отсталости в уровне экономического развития государства.

Проблема оценки качества образования существовала всегда, и с каждым годом увеличивает свою значимость. Многие ученые исследуют проблему качества образования в разных аспектах: разрабатывают само понятие качества, выявляют критерии оценки и другое.

Под качеством образования следует понимать совокупность характеристик системы образования, которые отражают реальные результаты обучающихся соответствующим требованиям экономики, рынка труда, работодателей. Оценка качества образования должна быть сосредоточена на практических навыках обучающихся. Применение этих навыков, знаний и умений в жизни носит обязательный характер для всех образовательных систем мира.

С субъектной точки зрения выделяют два основных направления оценки качества образования: внутренний и внешний. В зарубежных странах наиболее эффективным направлением оценки качества высшего образования считается сочетание двух систем одновременно, так называемая «американская» модель оценки.

Под внешней оценкой качества образования подразумевается аккредитация учреждений высшего образования.

Под аккредитацией в большинстве стран понимается процесс проверки качества образования внешними (по отношению к данному образовательному учреждению) экспертами [1].

В Европейском союзе (ЕС) внешний контроль качества осуществляет Европейская Ассоциация Университетов, Европейская ассоциация по обеспечению качества высшего образования, Европейская Комиссия, Национальный Союз Студентов Европы. Также в этом направлении работают национальные агентства и ассоциации, университеты и министерства. Формируются критерии оценивания, например, такие как независимость и эффективность образовательных программ, организация академической активности, наличие в преподавательском составе доцентов и профессоров, техническая оснащенность и интегрированность учебного заведения в общественную жизнь. В Республике Беларусь также осуществляется внешняя оценка качества образования Департаментом контроля качества образования при Министерстве образования, однако этот орган входит в состав органов госуправления и не обладает независимостью оценки.

Не менее важна и внутренняя оценка, то есть оценивание администрацией учреждения своей деятельности, реализации своих целей и задач. Ведь никто другой как само учебное заведение заинтересовано в подготовке и уровне знаний своих учеников для продвижения своего учреждения в мировых рейтингах, а также в привлечении новых талантливых абитуриентов и высококлассных специалистов.

Академические достижения студентов – один из ключевых показателей уровня ответственности учреждения высшего образования мировым стандартам. Для достижения

высоких результатов применяют рейтинговую систему оценивания знаний, однако она внедрена не во всех учреждениях высшего образования в Республике Беларусь.

Адекватное применение рейтинговой системы оценивания в учебном процессе способствует повышению объективности контроля знаний, умений, навыков и систематического труда студентов, что является залогом прочности знаний. Она позволяет наиболее полно охватить содержание учебных предметов и оценить уровень усвоения знаний и умений обучающегося при изучении той или иной дисциплины или групп дисциплин [2].

Часто в зарубежных странах регулирование системы образования осуществляет исключительно государство. Оно пытается контролировать и управлять абсолютно всем образовательным процессом. Но не всегда попытки контролировать процесс и, как следствие, качество образования положительны. В таком случае следует прибегать к внешним источникам контроля и оценки качества образования.

Современные тенденции таковы, что должна присутствовать заинтересованность самого учреждения образования в продвижении себя и своих образовательных услуг не только на государственном, но и на мировом уровне.

Повышение качества образования должно иметь не только экстенсивный, но и интенсивный характер. Другими словами, важно углублять знания и применять инновационные технологии в образовательном процессе.

Список использованной литературы

1 Качество высшего образования в Республике Беларусь: понятие и проблемы оценки [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: Microsoft Word - МАКЕТ_1_2_3_4.doc (gstu.by). – Дата доступа: 13.01.2022.

2 Оценка качества высшего образования [Электронный ресурс]. 2022. – Режим доступа: ozenka_kachestva_vysshego_obrazovaniya.pdf (liga-studentov.ru). – Дата доступа: 13.01.2022.

Е. Д. КУЗНЕЦОВ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Т. В. Буховец,**

канд. экон. наук, доц.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ТОВАРНЫЙ АСПЕКТ

Зависимость Республики Беларусь от внешней торговли (высокая открытость) унаследована еще с советских времен и объясняется высокой долей промышленности в структуре экономики, ограниченностью внутреннего рынка, а также потребностью импортировать прежде всего промежуточные и инвестиционные товары. Являясь преимуществом с точки зрения долгосрочного роста, высокая открытость экономики может быть связана с высокой уязвимостью от внешних шоков. Несмотря на некоторое снижение открытости торговли с 2015 по 2020 год страна все еще имеет один из самых высоких показателей открытости среди стран соседок. В связи с высокой зависимостью от внешней торговли, особое значение для Республики Беларусь приобретает формирование политики, направленной на повышение диверсификации товарной и географической структуры экспорта, увеличение конкурентоспособности товаров, увеличение удельного веса высокотехнологичных, среднетехнологичных товаров высокого уровня и высокопродуктивных товаров.

Белорусские товары экспортируются на рынки более чем 180 стран мира. Вместе с тем географическая структура экспорта недостаточно диверсифицирована, что со-

пряжено с высоким уровнем риска влияния негативных изменений конъюнктуры рынков основных торговых партнеров. Так в 2020 г. Республика Беларусь экспортировала 65,15 % всех товаров в СНГ, из них 45% – в Российскую Федерацию, 38,85 % – вне СНГ, из них 18,73 % – в страны Евросоюза. Более того, 78,5 % всего экспорта товаров приходится всего на 10 стран (Россия, Украина, Польша, Литва, Германия, Соединенное Королевство, Китай, Казахстан, Нидерланды, Бразилия) [1]. В проблеме низкой географической диверсификации экспорта также кроется проблема высокой зависимости от российского рынка. Белорусская экономика неизменно зависит от импорта российских энергоносителей и других сырьевых продуктов.

Таким образом, низкая географическая диверсификация и импортозависимость от России являются одной из центральных проблем внешней торговли Республики Беларусь, так как, низкая диверсификация часто связана с повышенной уязвимостью к внешним шокам, которые могут подорвать перспективы экономического роста. Так, если значительная часть экспорта или импорта приходится на одну или небольшое количество стран (услуг, товаров), любое изменение экономико-политических условий в странах-партнерах или резкий скачок цен на рынке значимого товара (услуги), приводят к резкому падению объемов внешнеторговых потоков, ухудшению условий торговли, снижению ее эффективности, что в свою очередь негативно сказывается на других важнейших экономических показателях и в целом на экономической безопасности страны.

Помимо проблемы низкой географической диверсификации товарного экспорта, существует проблема товарной структуры и ее диверсификации в экспорте Республики Беларусь. Так в 2020 г. 64 % совокупного экспорта представляли всего 10 товарных групп [1], с учетом того, что удельный вес минеральных продуктов в 2020 г. по сравнению с 2019 г. снизился на 8,2 п.п. (в номинальном выражении с 7079,3 млн. долл. США до 3887,9 долл. США) [2]. Такое драматическое изменение в товарной структуре экспорта в 2020 г., как раз и произошло из-за высокой зависимости объема экспорта данного вида продукции от внешних шоков спроса, в то время как экспорт машин, оборудования и транспортных средств, продовольственных товаров, древесины оказались почти не затронуты коронакризисом.

Также при рассмотрении проблем товарного аспекта ВЭД Республики Беларусь необходимо затронуть проблему технологичности и наукоемкости экспортируемых товаров. Анализ современных концепций товарной диверсификации показал, что в ее процессе повышается уровень экономического развития страны, но это происходит только в том случае, если трансформируется структура экспорта, т. е. происходит переход от экспорта сырьевых товаров с низким уровнем добавленной стоимости, выпускаемых «бедными странами», к производству технологичных товаров с высокой добавленной стоимостью, выпускаемых «богатыми странами» [3]. В Республике Беларусь не наблюдается такой тенденции, для страны характерно традиционно низкое значение удельного веса высокотехнологичных товаров (3,6 % в 2020 г.) и высокая доля низкотехнологичных товаров (14,8 % в 2020 г.) [2], более того, эта структурная проблема не находит решения на протяжении уже долгого периода времени.

Структура торговли товарами по категориям потребления также дополняет характеристику уже вышеперечисленных проблем: Беларусь традиционно импортирует более 60 % промежуточных товаров в структуре совокупного импорта, что является тревожным сигналом и может свидетельствовать о низких темпах обновления основных фондов, высокой зависимости от импорта промежуточных товаров, инвестиционной непривлекательности и т.д.

Таким образом, мы наблюдаем высокую зависимость от экспорта минерально-сырьевых ресурсов, продукции химической промышленности и продовольствия без значительного наращивания доли продукции машиностроения, оборудования, транспортных средств. Низкая обеспеченность внутренними топливно-сырьевыми ресурсами

экономики страны порождает доминирование в товарной структуре импорта промежуточных товаров.

Негативная оценка состояния внешней торговли Беларуси заключается в том, что товарная структура как экспорта, так и импорта не обладает достаточным уровнем диверсификации, технологичности и наукоемкости, и значительного прогресса в этом вопросе в течение 2016-2020 гг. не наблюдалось. Изменения в динамике структуры внешней торговли обусловлены в основном изменениями внешнего спроса на белорусскую продукцию.

Список использованной литературы

1 Годовая статистика международной торговли товарами [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://trendeconomy.ru>. – Дата доступа: 01.01.2021.

2 Внешняя торговля Республики Беларусь, 2020 // Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2021. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/c4c/n6k9xzdx6umpg61f8whfybttkcvl4t5t.pdf>. – Дата доступа: 01.01.2021

3 Давыденко, Е. Л. Внешнеторговая политика стран с малой экономикой / Е. Л. Давыденко. – Минск: БГУ, 2018. – 172 с.

А. С. НЕСТЕРЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

СОЦИАЛЬНЫЙ ПАКЕТ ФИРМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время ряд аспектов социальной поддержки работников предприятий все в большей степени корреспондируется предприятиям, что является основой формирования мотивации работников, повышения отдачи в производственном процессе. Инструментом реализации в этом случае является социальный, или компенсационный, пакет фирмы, позволяющий стимулировать достижение наилучших экономических результатов и представляющий собой систему льгот для персонала, которые предоставляются по решению нанимателя добровольно в материальной и нематериальной форме. Это оплата найма жилья и коммунальных услуг, занятий спортом и содержания членов семьи в детских садах, оздоровительных учреждениях, дополнительные дни отпуска, страхование, беспроцентные займы, подарочные сертификаты, бонусы здоровья, свободный график работы, «привязку» гарантий работы и оплаты труда к трудовому стажу и другие. В настоящее время в мировой практике хозяйствования отдается предпочтение нематериальным формам вознаграждения. Проблема особенно актуальна в Республике Беларусь в силу, так называемого «кадрового голода, испытываемого производственными структурами

Определяющими принципами формирования социального пакета являются:

- повышение ответственности за результативность своей деятельности и рост трудовой отдачи;
- слияние целевых ориентиров фирмы и работника;
- стимулирование инициативы и новаторства;
- формирование сплочённости и укрепление социально-психологического климата в коллективе;
- минимизация желания работников перейти в другие производственные структуры, преодоление текучести кадров;

– рост имиджа предприятия как в глазах непосредственно работника, так и общест-
венности [1].

В Японии, например, в силу присущей работникам гражданской ответственности, второстепенности личных интересов по сравнению с интересами фирмы, использова-
ния стандартных и нестандартных форм оказания социальных услуг фирмами сформирова-
лись особые качества трудовых коллективов таких как:

- неразрывность понятий «профессия», «работа», «предприятие»;
- персональная ответственность за результативность работы компании;
- минимизация собственных интересов, что проявляется в приверженности работ-
ников к сверхурочной работе, отсутствию у них особых требований к нормированию
рабочего времени и поводов к пропускам работы по состоянию здоровья или полно-
ценного отпуска [2].

В Республике Беларусь предприятия успешно используют этот инструмент, напол-
нение которого содержится в коллективных договорах. Министерством труда и соци-
альной защиты населения Республики Беларусь разработан ориентировочный перечень
трудовых и социальных гарантий, включаемых в социальный пакет коллективных до-
говоров. В него входят различные выплаты стимулирующего и компенсирующего ха-
рактера, социальные выплаты, дополнительные поощрительные отпуска, учебные от-
пуска, повышение квалификации и переподготовки кадров, предоставление средств на
оплату найма жилого помещения, обеспечение охраны труда, безопасных условий тру-
да, добровольное страхование дополнительной пенсии, медицинских расходов, льгот-
ные санаторно-курортные путевки на оздоровление, культурно-массовые мероприятия.

Анализ пакета социальных благ, предоставляемых фирмами в Республике Бела-
русь, показывает, что:

– отсутствует согласование принципов формирования социального пакета, они ин-
дивидуальны для каждой компании. Они во многом зависят от специфики ее работы,
а также от того, какое значение компания придает своим сотрудникам. Многие из этих
бонусов могут содержаться в коллективном договоре, если в компании есть первичная
профсоюзная организация.

– работники, как правило, предпочитают более высокое денежное вознаграждение
в противовес другим, неденежным формам;

– услуги корпоративного медицинского страхования у большинства фирм стан-
дартные, но список, например, медучреждений, где могут обслуживаться сотрудники
и уровень услуг ограничен [3]. Между тем расширение диапазона услуг страхования
выполняет не только мотивационную функцию, но и определяет уровень конкуренто-
способности фирмы;

– не всегда предоставляемые социальные блага приводят к реализации принципа
преодоления разрыва между наиболее или наименее обеспеченными работниками, не-
равномерен доступ к этим благам;

– при найме на работу соискатели не всегда интересуются о существовании такого
пакета.

На наш взгляд, для повышения эффективности реализации основных принципов
социального пакета в Республике Беларусь необходимо:

– устранение одностороннего, упрощенного подхода к его формированию и опти-
мальное сочетание финансовых, материальных и нематериальных стимулов;

– четкое определение подхода, в соответствии к составу социального пакета. Таких
подходов может быть три. Первый подход предполагает четкую, заранее оговоренную,
структуру льгот соответственно достигнутой ступени служебного положения. Второй –
индивидуальный, применяемы при обращении работника к руководству о предоставле-
нии компенсаций, и работодатель самостоятельно решает, представляет ли данный со-
трудник какую-то ценность для компании, стоит ли пойти ему навстречу. Третий осно-

ван на рейтинговой оценке ежегодного трудового вклада работника и получает социальные блага соответственно заработанным баллам.

Таким образом, социальный пакет фирмы, являясь зеркальным отражением отношения работодателя к персоналу, позволяет создать основу для сплочения коллектива, формирования у работников позитивного отношения и повышение лояльности сотрудников к компании. служит зеркальным отражением отношения работодателя к персоналу.

Список использованной литературы

1 Социальная политика организации [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: https://bstudy.net/699749/ekonomika/sotsialnaya_politika_organizatsi. – Дата доступа: 19.12.2021.

2 Зарубежный опыт мотивации персонала [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/zarubezhnyj-opyt-motivatsii-personala/>. – Дата доступа: 28.12.2021.

3 Пашко, И. Социальный пакет организации, или как сильнее «привязать» работника к рабочему месту [Электронный ресурс] – 2021. – Режим доступа: https://www.nitt.by/izdaniya/nitt/sotsialnyi-paket-organizatsii-ili-kak-si_0000000/. – Дата доступа: 12.01.2022.

А. С. НОВИКОВ

(г. Минск, Академия управления при Президенте Республики Беларусь)

Науч. рук. **И. Н. Русак,**

канд. экон. наук, доц.

ПРИМЕНЕНИЕ ОЦЕНКИ РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕГИОНАМИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ)

Оценка регулирующего воздействия (сокр. ОРВ) существует с 1970-х гг. 20 века. Первым государством, прибегнувшим к данному механизму, была Дания, которая в 1966 г. на законодательном уровне закрепила обязательность процедуры в отношении определенной категории мер воздействия [1, с.18]. Впоследствии ОРВ как один из инструментов регуляторной политики была взята на вооружение всеми развитыми государствами, а также значительным количеством развивающихся стран включая постсоветские [2].

В силу широкой распространенности процедуры, а также наличия существенных различий в подходах к ее проведению, единое общепринятое определение оценки в настоящее время отсутствует. Более того, значительное количество государств, внедривших механизм, не приводят соответствующее определение в своих официальных документах. В наиболее общем виде ОРВ можно определить как способ оценивания последствий экологического, экономического, социального и иного характера принимаемых государством мер регулирования, содержащихся в соответствующих юридических документах. При этом в сфере действия процедуры можно выделить условно три основных составляющих:

– анализ принимаемых государством мер на наличие избыточных, сопряженных с значительными необоснованными издержками, мер в отношении хозяйствующих субъектов;

– экономия бюджетных средств, которые необходимо затратить на реализацию и контроль за принятым регулированием;

– повышение качества проводимой государством в отношении субъектов хозяйствования политики, достигаемое посредством оценки подобных мер на стадии разработки.

Дополнительно отметим возможность создания механизмов обратной связи с субъектами, деятельность которых подвергается регулированию, что позволяет вовлечь их

в процесс разработки соответствующих мер, и, соответственно, существенно повышает их эффективность.

Отметим, что, как правило, внедрение процедуры оценки происходит не одномерно. Учитывая особенности проведения процедуры, зачастую это сопряжено с проведением административной реформы в отношении органов-регуляторов, иных учреждений, ответственных за регулирование деятельности субъектов хозяйствования. Российская Федерация поступила аналогичным образом, приступив к активному внедрению механизмов ОРВ в национальное законодательство и практическую плоскость в период проведения административной реформы 2006-2010 гг. в целях ограничения излишнего государственного вмешательства в деятельность субъектов предпринимательской деятельности. При этом непосредственно необходимость проведения оценки в отношении проектов нормативных правовых актов (сокр. НПА) была установлена еще в конце 1990-х гг. федеральным законом от 06.10.1999 № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» [3]. Здесь необходимо отметить, что механизмов реализации положений вышеуказанного закона в части практического проведения процедуры создано не было, в связи с чем использование процедуры на федеральном и региональном уровне началось позднее. Непосредственно в Костромской области процедура была законодательно закреплена в 2007 г. законом от 11.01.2007 № 106-4-ЗКО «О нормативных правовых актах Костромской области» [4], при этом практическое ее осуществление установлено постановлением администрации Костромской области от 27.06.2012 № 265-а «Об оценке регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов Костромской области» [5]. Практическое применение оценки началось в 2014 г. Данный процесс, также, как и в большинстве российских регионов, сопровождался рядом трудностей, некоторые из которых сохранили свою актуальность и сегодня. Отметим здесь следующие проблемные моменты:

1. Нежелание предпринимателей и иных заинтересованных в участии в оценке. Что можно объяснить недостаточной информированностью о возможности такого участия. Также подчеркнем тот факт, что в период становления механизма проведения процедуры ни в одном заключении о проведении ОРВ не имелось рекомендаций о желательности внесения изменений в проект, не использовались количественные методы оценки.

2. Особенности проведения процедуры публичных консультаций. Имеет место ситуация, при которой публичные консультации проводятся исключительно с местными объединениями предпринимателей, заключившими соглашения с администрацией. Возникает вопрос об учете мнений лиц и организаций, не имеющих таких соглашений.

3. Срок проведения публичного обсуждения большинства проектов НПА, составляющий 5 календарных дней, недостаточен для проведения всесторонней оценки последствий принимаемых мер. Исключением являются проекты законов Костромской области, где такой срок составляет 10 дней. Однако в соответствии с рекомендациями Минэкономразвития России срок публичных обсуждений проекта НПА должен составлять не менее 15 календарных дней с момента размещения на специализированном информационном ресурсе.

4. Значительное сужение возможностей применения процедуры за счет наличия разнообразных ограничений. Учитывая сложившуюся практику проведения оценки решение о необходимости проведения процедуры принимает орган-разработчик на основании заполнения контрольного листа, содержащегося в Приложении № 1 к Порядку проведения ОРВ в Костромской области, утвержденному постановлением администрации Костромской области от 27 июня 2013 г. № 265-а [6, с.191]. Если при заполнении данного листа, все ответы окажутся отрицательными, в таком случае орган-разработчик принимает решение о нецелесообразности проведения оценки. Поскольку подобные

оценки как правило имеют субъективный характер, существует вероятность различных искажений при заполнении соответствующего листа.

5. Намеренное игнорирование некоторых важных особенностей проведения процедуры. В соответствии с действующим законодательством ОРВ должна проводиться органом-разработчиком проекта НПА. При этом обозначим, что администрация области передала функции по проведению процедуры ОГБУ «Агентство по развитию предпринимательства Костромской области», что противоречит действующим нормам федерального и регионального законодательства [6, с.192].

В заключение отметим, что несмотря на имеющиеся недостатки в проведении ОРВ в Костромской области, регион достиг значительного успеха в обозначенной сфере. В частности, согласно рейтингу качества проведения ОРВ в субъектах РФ, под эгидой Минэкономразвития России, область входит в число регионов с «высшим уровнем развития ОРВ» [7], что говорит о заинтересованности региональной власти в развитии процедуры.

Список использованной литературы

- 1 Валько, Д.В. Оценка регулирующего воздействия как элемент расширенного цикла государственного управления / Д.В. Валько // Общество, экономика, управление. – 2018. – № 1. – С. 17–23.
- 2 Что такое регуляторная политика? (2021) Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://regulatory-policy.hse.ru/whatisregpolicy>. – Дата доступа: 24.12.2021.
- 3 Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.1999 № 184-ФЗ [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_14058/. – Дата доступа: 24.12.2021.
- 4 О нормативных правовых актах Костромской области: Закон от 11.01.2007 № 106-4-ЗКО [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/802087891>. – Дата доступа: 24.12.2021.
- 5 Об оценке регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов Костромской области: постановление администрации Костромской области от 27.06.2012 № 265-а [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/444866165>. – Дата доступа: 24.12.2021.
- 6 Зензинов, Г.А. Об оценке регулирующего воздействия в Костромской области / А.Г.Зензинов // Вестник КГУ. – 2015 – с.189-194.
- 7 В Минэкономразвития назвали лучшие регионы по качеству оценки регулирующего воздействия (2021) / Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/news/v_minekonomrazvitiya_nazvali_luchshie_regiony_po_kachestvu_ocenki_reguliruyushchego_vozdeystviya.html. – Дата доступа: 24.12.2021.

С. С. НОВИКОВ

(г. Минск, Академия управления при Президенте Республики Беларусь)

Науч. рук. **И. Н. Русак,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОЦЕДУРА ИННОВАЦИОННОГО ПАРТНЁРСТВА КАК СПОСОБ ПОЛУЧЕНИЯ НОВЕЙШИХ ПРОДУКТОВ И РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ

Прикладные научные исследования и разработки являются важными составляющими экономического роста на современном этапе. Содействовать инновационному развитию экономики и получению наукоемких продуктов возможно путем проведения процедур государственных закупок. Так, Директивой Европейского союза от 26 февраля 2014 г. № 2014/24/ЕС «О регулировании государственных закупок» введена процедура инновационного партнерства, применяемая для получения принципиально но-

вых продуктов при отсутствии аналогичных либо близких по параметрам товаров, работ, услуг [1, с. 40].

Особенности инновационного партнерства включают:

- повышение конкурентоспособности предприятий и коммерческих организаций вследствие создания новых типов товаров и услуг;
- стимулирование рынка посредством определения в качестве партнеров нескольких участников, которые соревнуются при проведении научных исследований для победы в процедуре закупки;
- победителями могут стать несколько организаций [2, с. 219].

Процедура инновационного партнерства проводится в несколько этапов, представленных на рисунке 1.



Рисунок 1 – Этапы проведения процедуры инновационного партнерства

Принимая решение о выборе данного вида процедуры государственной закупки заказчику необходимо определить интересующие его характеристики создаваемого продукта, а также минимальные требования к предмету закупки, а также критерии определения поставщика, которые не будут изменяться в процессе проведения процедуры. Это помогает потенциальным участникам выбрать область исследования и инструментальные средства для достижения ожидаемого результата [3, с. 186].

Обязательным условием является наличие у потенциальных участников процедуры инновационного партнерства требуемых материальных и интеллектуальных ресурсов для проведения научных исследований, опыта внедрения разработок и инновационных решений в практику. Преимуществом будут обладать участники, которые имеют опыт создания инновационных продуктов и соответствующую технологическую базу. Срок на подачу предложений составляет не менее 30 дней [4].

После размещения заказчиком приглашения любой потенциальный участник вправе подать запрос об участии, прилагая в нему необходимую для квалификационного отбора информацию. По получении запросов от потенциальных участников заказчик определяет наиболее подходящих кандидатов для допуска к дальнейшим этапам процедуры. При этом он вправе заключить соглашение об инновационном партнерстве уже на начальном этапе процедуры, а также расторгнуть его с теми участниками, предложения которых в ходе исследований окажутся неконкурентными.

Степень новизны создаваемого продукта определяет длительность работ по его созданию, необходимые методы и технологии. Содержание этапов обычно включает ста-

дию исследований и прикладную стадию разработки. Заказчику требуется указать на промежуточные цели исследований, обеспечить возможность их достижения и произвести оплату за полученный результат. Далее заказчик определяет финалистов процедуры и предлагает сформировать окончательные предложения [5, с. 60].

В рамках процедуры инновационного партнерства допускается проводить переговоры с участниками по вопросу изменения их предложений, за исключением финального предложения. Заказчик также вправе прекратить процедуру на любом этапе ее проведения и сократить число участников в зависимости от установленных критериев при условии, что данное право установлено в документации на закупку и приглашении на закупку [6, с. 33].

В целях развития конкуренции к финальному этапу допускаются, как правило, не менее трех участников, соответствующих заданным критериям. Победителем становится поставщик (подрядчик, исполнитель), предложение которого наиболее соответствует критерию цена-качество (наиболее экономически выгодное предложение). По результату процедуры заказчик может заключить соглашение о поставке (подряда) как с одним, так и с несколькими участниками-победителями, которые провели отдельные исследования и создали составные элементы конечного инновационного продукта.

Не допускается разглашение конфиденциальной информации по вопросам содержания предложений участников, заказчик также обязуется соблюдать права участников на полученные ими результаты интеллектуальной деятельности.

Некоторую сложность вызывает отнесение товаров, работ и услуг к инновационным. По мнению К.Бовиса, формулировки ст. 31 Директивы 2014/24/ЕС не содержат ясности относительно того, какой именно продукт следует считать инновационным в достаточной степени [7, с. 131]. В соответствии с пп. 22 п. 1 ст. 2 указанной директивы инновацией является применение нового или значительно усовершенствованного продукта, услуги или процесса, включая процессы производства, строительства или возведения, новые маркетинговые или организационные методы в ведении бизнеса, организацию рабочего пространства [4].

В заключение отметим, что процедура инновационного партнерства весьма эффективна при разработке информационных систем и создании программно-аппаратных комплексов, получении технологических решений для производства новейшей продукции. В Европейском союзе наряду с НАФТА урегулирован процесс закупки новейших продуктов на наднациональном уровне, что со временем приведет к дальнейшему совершенствованию порядка проведения процедуры инновационного партнерства и повышению качества создаваемого инновационного продукта.

Список использованной литературы

- 1 OECD Public Governance Reviews Public Procurement for Innovation Good Practices and Strategies: Good Practices and Strategies. – Paris: OECD Publishing, 2017. – 184 p.
- 2 Apostol, R. Trials and Tribulations in the Implementation of Pre-Commercial Procurement in Europe // R. Apostol. – Berlin : Springer, 2017. – 359 p.
- 3 Камалян, А. М. Инновационное партнерство как процедура закупок в ЕС / А. М. Камалян // Вестник Университета имени О.Е.Кутафина. – 2019. – № 4. – С. 185–189.
- 4 Directive 2014/24/EU of the European Parliament and the Council of 26 February 2014 on public procurement and repealing Directive 2004/18/EC // An official website of the European Union. – 2022. – Access mode: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32014L0024>. – Access date: 16.01.2022.
- 5 Шувалов, С. С. Правовые механизмы стимулирования инноваций в системах публичных закупок ведущих мировых экономик / С. С.Шувалов // Актуальные вопросы экономики. – 2018. – С. 58–68.
- 6 Смотрицкая, И. И. Общественные закупки как стратегический инструмент научно-технологического развития российской экономики / И. И. Смотрицкая, С. И. Черных // Инновационная экономика. – 2017. – № 4 (222). – С. 30–36.
- 7 Bovis, C. H. Research Handbook on EU Public Procurement Law // C. H. Bovis. – Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2016. – 672 p.

Д. А. ОСНАЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. В. Арашкевич,**

канд. экон. наук, доц.

ПРИЧИНЫ ИНФЛЯЦИИ И МЕРЫ ИХ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ

Процессы, которые на данный момент характеризуются обесцениванием денег, на самом деле происходили задолго до их официального представления. Сделать такой вывод можно на основании некоторых фактов. Так, например, термин «инфляция» начал использоваться среди политиков и экономистов во время гражданской войны 1861-1865 гг. в Северной Америке и представлял собой «вздутие» денежной массы. Однако характерные черты этого явления проявлялись на территории Франции уже в 18 веке. Действия властей по выпуску ассигнатов привели к быстрому росту цен, что повлекло за собой увеличение стоимости продуктов первой необходимости в разы, а также сокращение рабочего класса.

Данная проблема затронула и Республику Беларусь. Появление инфляции совпало со временем распада Советского Союза, когда темпы инфляции обозначались трехзначными числами. Основными причинами явились нестабильный валютный курс, неравное соотношение между денежной массой и объемом производства и др. Национальный Банк осуществлял довольно жесткую кредитно-денежную политику, стараясь прекратить инфляционные процессы в стране.

Понятие инфляции не является временным явлением. Это обусловлено значительным увеличением роли денег после перехода мировой экономики на рыночные отношения, поэтому процесс инфляции выражается в большей или меньшей степени в каждой стране.

Многие показатели экономического развития (экономический рост, процентные ставки, безработица, инфляция и др.) непосредственно либо неявно оказывают большое влияние на наше материальное благополучие. Ведь инфляция посредством неточности относительно будущих цен уменьшает объемы производства и снижает деловую активность.

Сегодня большое влияние на инфляционные процессы большинства стран мира оказывают воздействие такие внешние факторы как повышение импортных цен на газ и нефть, пандемия.

В качестве основной причины, способствующей развитию инфляции в Республике Беларуси можно назвать дефицит государственного бюджета. Это проявляется в излишней эмиссии денег, субсидиях для нерезультативного производства. Существование монополистических организаций в разных отраслях производства также вносит свой вклад в развитие в стране инфляции. Значительное увеличение роли доллара, который в большей мере, чем национальная валюта выполняет функцию сбережения, является еще одной из причин инфляционных процессов. Всемирная эпидемиологическая обстановка также повлекла за собой развитие многих проблем в экономике, которые, в свою очередь, включают увеличение темпов инфляции.

По причине антиинфляционной политики государства уровни инфляции за 2017-2019 гг. не превышали запланированные показатели. Так в 2017 году ожидаемые показатели должны были составлять 6-6,5 %, однако значения составили 4,6 %. Относительно 2018 года 5, 6 % при целевом параметре, не превышающем 6 %. В 2019 году уровень инфляции остался без изменений. Ситуация изменилась в 2020 году, когда годовой процент инфляции превысил ожидаемые значения на 2,5 %. Также дела обстояли и в 2021 году. Прогнозируемые параметры инфляции должны были составить 5 %, но уже в ноябре 2021 года глава Администрации президента Республики Беларусь заявил,

что окончательные значения инфляции в этом году будут составлять 9-9,4 %. Быстрый рост показателя инфляции был обусловлен увеличением цен из-за стремительного восстановления производства после пандемии [1].

Относительно 2022 года ожидаемые значения инфляции для Республики Беларусь должны снизить свою скорость подъема, тем не менее они все ещё будут высокими. Это может характеризоваться тем, что возвращение предыдущих финансовых показателей может занять продолжительный промежуток времени, также не стоит исключать и других факторов.

Стоит отметить, что высокие цены на сырье, увеличение налога для индивидуальных предпринимателей, санкции против экспорта и неполный доступ к кредитам за рубежом, являются одними из основных причин для сохранения высоких цен в нашей стране.

В свою очередь Национальный Банк совместно с Советом Министров прогнозируют уровень инфляции в пределах 6 %. Европейский банк развития представил ожидаемые показатели на уровне 7,4 % [2].

Следовательно, приняв во внимание представленные условия, необходимо выработать совокупность мер по регулированию инфляции в стране. Данные меры могут включать:

- дальнейшее укрепление белорусского рубля;
- сокращение объемов бюджетного финансирования реального сектора экономики;
- повышение эффективности внешней торговли;
- повышение конкуренции.

Реализация предложенных мер может не только смягчить последствия инфляции, но и предотвратить ускорение ее темпов. Они смогут обеспечить стабилизацию макроэкономической ситуации в стране и снизить инфляцию до ожидаемых результатов.

Список использованной литературы

1 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/_2_6/trud-i-zanyatost-v-respublike-belarus. – Дата доступа: 01.02.2022.

2 Новостной портал [Электронный ресурс]. – 2022 – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/natsbank-ozhidaet-zamedlenija-infljatsii-vo-vtoroj-polovine-2022-goda-482128-2022/>. – Дата доступа: 03.02.2022.

Е. В. СЕДЛЯРОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. В. Арашкевич,**

канд. экон. наук, доц.

ВЛИЯНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

Любые процессы, протекающие в мире связаны с определенными причинами, что следует отметить и о миграционных процессах. В настоящее время к числу основных причин миграционных процессов следует отнести: политические, экономические, социальные, природные, экологические, религиозные, национальные.

К наиболее распространенным причинам смены места жительства относятся экономические, экологические, политические, социальные и культурные.

Отслеживая масштабы миграции, можно отметить, что 258 миллионов человек – общее число мигрантов в мире и это составляет около 3,5 % населения Земли. Также, не мало важным является факт того, что 85 % мигрантов вкладывают свои доходы в экономику нового места проживания, а 15 % мигрантов переводят денежные средства в свою страну. Сегодня 64 % мигрантов выбрали новым домом страны с высоким уровнем дохода. Около 19 % переселились в США, но стоит отметить, что родиной боль-

шинства мигрантов является Азия (1-е месте), Европа (2-ое месте) и Латинская Америка (соответственно, 3-е место). Исследователи заявляют, что основная часть мигрантов относится к трудовым ресурсам и их доля ежегодно будет увеличиваться.

Сегодня влияние миграционных процессов на экономику стран целесообразно рассматривать с двух сторон: принимающих стран (страны эмиграции) и стран происхождения (страны иммиграции).

Рассматривая влияние миграционных процессов на страны эмиграции следует отметить, что мигранты, прибывая в новую страну, пополняют рынок труда доступной рабочей силой, заполняя при этом еще и важные ниши в быстрорастущих секторах. По прибытию мигрантов в другую страну им назначаются специальные выплаты в виде пособий. Может показаться, что это достаточно убыточно для стран эмиграции, но есть один нюанс: сумма налоговых поступлений и социальных взносов больше, чем суммы, получаемые мигрантами в виде пособий. То есть, следует сделать вывод, что занятость мигрантов является определяющим фактором, влияющим на экономику страны эмиграции. Это характеризуется наличием финансовых вкладов, а также заполнением государственного бюджета по принципу, указанному выше. Численность трудоспособного населения увеличивается, да и множество мигрантов прибывают с имеющимися навыками, заполняя при этом вакантные рабочие места. Необходимо также отметить, что некоторые страны сталкиваются с проблемой старения, где мигранты сыграли значимую роль в заполнении вакантных мест и смещения возрастного баланса в сторону более молодой рабочей силы, поскольку среди прибывающих мигрантов около 52 % моложе 18 лет (по данным 2018 года). И это может положительно сказаться на структуре населения страны и приводить к сокращению пенсионеров. При этом стоит отметить значимость правильного формирования и проведения миграционной политики.

Как отмечалось ранее, труд является одним из основных факторов экономического вклада мигранта в страну. Так, в случае, когда трудовой мигрант поднимается до уровня, соответствующего местному жителю, происходит заметный прирост ВВП. При таких условиях большинство мигрантов не меняет место жительства: они обеспечивают свою страну иностранными денежными переводами на родину, в то время как работают и получают пособие в другой стране. То есть усилия страны, нацеленные на эффективную интеграцию иммигрантов, следует рассматривать не как траты на человека, а как инвестицию в человека способного принести пользу стране.

Международная миграция оказывает как прямое, так и косвенное воздействие на экономический рост. В итоге мигранты, которые составляют 3,5 % населения планеты, производят, согласно данным 2015 года, 9 % мирового ВВП.

Рассматривая влияние миграционных процессов на страны иммиграции, следует сказать, что переезд трудовых ресурсов в другую страну обладает как положительными, так и отрицательными последствиями.

Когда рабочая сила уезжает из страны из-за преобладания на рынке труда предложения над спросом, то есть дефицита рабочих мест, это может облегчить положение на национальном рынке труда. Получая в другой стране новые навыки и знания, мигранты могут вернуться в свою страну в качестве обученных квалифицированных рабочих. В большинстве случаев мигранты остаются в новой стране, но осуществляют переводы валютных средств своей семье в страну иммиграции. Также, мигранты, возвращаясь на родину, привозят с собой значительное количество материальных ценностей [1].

Негативные аспекты заключаются в том, что при утечке трудовых ресурсов страна может потерять не только рабочие руки, но и ценные знания, происходит, так называемая утечка умов. Следует принять к сведению, что около 74 % мигрантов являются трудоспособными, таким образом, страна теряет трудоспособное население, из-за чего происходит старение трудовых ресурсов. Также, все затраты, вложенные на общее об-

разование и профессиональную подготовку кадров, не компенсируются, так как мигрант, получивший образование и ценные навыки, использует их в новой стране [1].

Таким образом, в целях ликвидации вышеотмеченных негативных последствий от миграционных процессов важно грамотно проводить государственную миграционную политику. В случае со страной иммиграции для государственной миграционной политики использовать как прямые методы в виде ограничения по выдаче заграничных паспортов, введения эмиграционных квот, требований к посредническим фирмам, трудящимся мигрантам, так и косвенные в виде валютной и банковской поощряющей политик, таможенных льгот для возвращающихся мигрантов и др. В случае с негативными последствиями миграции в страны эмиграции из иммиграционной политики учитывая определенную классификацию мигрантов по трем категориям (семейная, экономическая и гуманитарная эмиграция) необходимо использовать следующие инструменты иммиграционной политики: качественные требования к иностранной рабочей силе, возрастной ценз, состояние здоровья, ограничения личностного характера, прямое квотирование импорта рабочей силы, финансовые ограничители (например, оплата за трудоустройство).

Исходя из вышеотмеченного можно утверждать, что миграция оказывает существенное влияние на развитие экономической сферы большинства стран мира, а миграционные процессы относятся к одним из значимых процессов, требующих большого внимания со стороны государства при разработке и реализации государственной миграционной политики в целях исключения негативного влияния не только на развитие экономической сферы, но и на социальной, культурной и политической сфер.

Список использованной литературы

1 Последствия миграционного процесса для стран эмиграции и иммиграции [Электронный ресурс]. – 2022 – Режим доступа: <https://lektsii.org>. – Дата доступа: 03.02.2022.

2 Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/_2_6/trud-i-zanyatost-v-respublike-belarus. – Дата доступа: 01.02.2022.

3 Новостной портал [Электронный ресурс]. – 2022 – Режим доступа: <https://www.belta.by/economics/view/natsbank-ozhidaet-zamedlenija-infljatsii-vo-vtoroj-polovine-2022-goda-482128-2022/>. – Дата доступа: 03.02.2022.

М. В. СЕРГЕЕВА

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Е. А. Рожковская,**

канд. экон. наук, доц.

ОЦЕНКА УРОВНЯ БЕДНОСТИ И АНАЛИЗ ЕЁ СВЯЗИ С ЭКОНОМИЧЕСКИМ РОСТОМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Бедность – это глобальная проблема мирового масштаба, которая не теряет актуальности. По оценкам Всемирного банка, на сегодняшний день свыше 690 миллионов человек (около 10 % общей численности населения) живет в условиях крайней нищеты [2]. Бедность, как правило, имеет затяжной (зачастую пожизненный) характер и несет в себе ряд экономических и социальных угроз, ограничивая возможности развития человеческого капитала, трудовых ресурсов, усиливает рост социальной напряженности в обществе.

В последнее время все большее внимание общественности привлекают вопросы борьбы с бедностью и неравенством. Республика Беларусь в этом плане не является исключением – в соответствии с Национальной стратегией устойчивого развития, к 2030 г. планируется сокращение численности малообеспеченного населения до 3-4 %.

Среди основных причин, вызывающих рост бедности, многие ученые называют следующие: нерациональная система налогообложения, уклонение от уплаты налогов состоятельного населения, высокие темпы инфляции, уменьшение заработной платы рабочих, и, как одна из главных причин, – значительная дифференциация доходов и имущественное расслоение домохозяйств. Однако многими учёными выделяется ещё одна причина бедности – низкие темпы экономического роста, который рассматривается как источник роста доходов населения и увеличения общего уровня жизни в стране. С другой стороны, экономический рост, не сопровождаемый снижением бедности, рассматривается как социально и экономически неустойчивый.

В Республике Беларусь чертой бедности является бюджет прожиточного минимума. Прожиточный минимум – это стоимость минимального набора продуктов питания и непродовольственных товаров и услуг, необходимых человеку для поддержания здоровья и поддержания жизни; его стоимость определяется как фиксированная доля в стоимости минимального набора продуктов питания, а также обязательных платежей и взносов. Он рассчитывается на душу населения по основным социально-демографическим группам.

За период с 2013 по 2020 гг. в Республике Беларусь показатель абсолютной бедности населения значительно уменьшился с 5,5 % в 2013 г. до 4,8 % в 2020 г. При этом за период с 2013 по 2020 гг. относительная и субъективная бедность уменьшилась – с 13,6 до 10,8 и с 13,8 до 10,3 %, что в целом свидетельствует о благоприятных тенденциях в данной сфере (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика показателей, характеризующих уровень бедности в Республики Беларусь в 2013 – 2020 гг.

Показатель	Годы							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Абсолютная бедность	5,5	4,8	5,1	5,7	5,9	5,6	5,0	4,8
Относительная бедность	13,6	11,9	12,2	11,5	11,3	11,4	10,9	10,8
Субъективная бедность	13,8	15,6	14,5	15,7	16,5	12,8	11,1	10,3

Примечание: Источник- собственная разработка на основе данных [1].

Для исследования взаимосвязи между уровнем бедности и экономическим ростом нами была построена диаграмма рассеяния на пространственных данных по 52 странам мира за 2020 год, отражающая зависимость бедности по международному критерию (доход на человека в сутки в 1,25 долл. США по ППС), выраженная в процентах, и ВВП на душу населения по ППС, выраженная в млн долл. США. В результате нами было получено, что уровень бедности действительно зависит от ВВП: бедность выше в странах, имеющих низкий среднедушевой объем ВВП, при этом, чем выше уровень экономического развития в стране, тем ниже бедность.

Для исследования взаимосвязи между бедностью и экономическим ростом в Республике Беларусь нами была построена зависимость между численностью малообеспеченного населения и ВВП в сопоставимых ценах за период 2000-2020 гг., выраженная в линейно-логарифмической форме (рисунок 1).

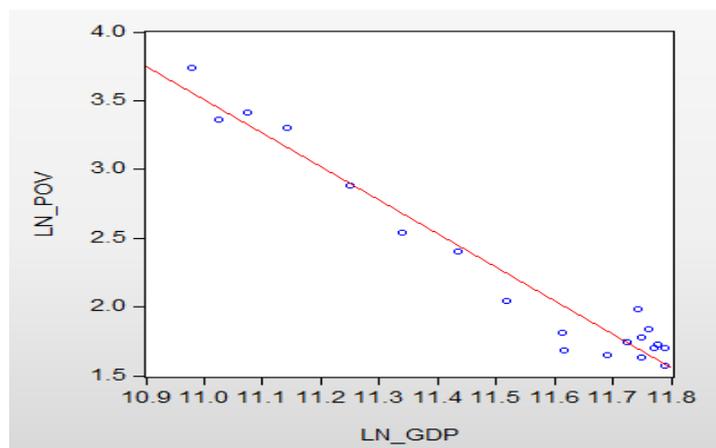


Рисунок 1 – Зависимость бедности от ВВП в Республике Беларусь за 2000-2020 гг.
Примечание: Источник- собственная разработка на основе данных [1,3].

Из рисунка 1 видно, что с увеличением ВВП уровень бедности снижается. Данная тенденция имеет линейный характер, из чего следует вывод, что на основе данных можно попытаться построить регрессионную модель на основе классического метода наименьших квадратов, отражающих зависимость бедности в Республике Беларусь от темпов роста ВВП за период 2000 – 2020 гг.

В результате построения модели мы получаем регрессионное уравнение, описывающее зависимость численности бедных (\lg poverty) от ВВП в Республике Беларусь (\lg GDP), которое выглядит следующим образом (формула 1):

$$\lg \text{ poverty} = 30.3 - 2.44 \lg \text{ GDP}. \quad (1)$$

Была проведена проверка модели на выполнение предпосылок Гауса-Маркова, все из которых по результатам исследования были выполнены. Построенная регрессия не ложная и её результатам можно доверять.

Таким образом, проведенное исследование позволило сделать ряд выводов. Действительно, между бедностью и экономическим ростом существуют тесная взаимосвязь: в странах с низким экономическим развитием уровень бедности выше, чем в странах с высоким ВВП на душу населения, но по мере экономического роста уровень бедности снижается. Исследование показало, что в Республике Беларусь отмечается тесная отрицательная взаимосвязь между ВВП и динамикой бедности: коэффициент эластичности составляет $-2,44$, т.е. при однопроцентном увеличении экономического роста в стране численность малообеспеченных снижается на $2,44$ %. Поэтому для борьбы с бедностью важны не только такие меры, как формирование системы эффективной поддержки уязвимых групп населения и гарантий недискриминационного доступа к бесплатным или дотационным ресурсам, рост минимальной оплаты труда, сокращение числа малооплачиваемых работников, совершенствование адресной социальной помощи социально уязвимых групп населения, но и меры макроэкономического характера – формирование условий, обеспечивающих стабильно высокие темпы экономического роста в стране.

Список использованной литературы

1 Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2021. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/375/375a412e36f3871c757bb0073ae80651.pdf>. – Дата доступа: 18.12.2021.

2 Poverty overview // The world bank [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.worldbank.org/en/topic/poverty/overview>. – Дата доступа: 23.04.2021.

К. Д. ХАМЕНОК, Е. В. ХАЦКЕВИЧ

(г. Барановичи, Барановичский государственный университет)

Науч. рук. **М. М. Хованская**

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОЧНОГО ЗЕМЛЕДЕЛИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Производственный потенциал сельскохозяйственной отрасли, в особенности земледелия, определяют количественные и качественные характеристики земель, качество которых, в свою очередь, определяется плодородием их почвенного покрова. Именно от качества земель во многом зависит как экономическая эффективность их использования, так и эффективность земледелия в целом [1]. Технологический процесс неоднократно увеличил производительность труда в данной отрасли. Тем не менее, прогресс не стоит на месте, и устанавливаются различные технологии повышения продуктивности отрасли сельского хозяйства. В настоящее время одной из самых актуальных технологий является точное земледелие.

Точное земледелие – действующая структура управления сельским хозяйством, которая применяет цифровые методы для анализа и модернизации процессов сельскохозяйственного производства. Первоочередная задача вышеупомянутой технологии – увеличить количество и повысить качество получаемой сельскохозяйственной продукции при меньшем использовании электричества и материальных ресурсов, а также достичь снижения отрицательного воздействия на окружающую среду.

Технологии точного земледелия содержат три фундаментальные подсистемы:

- навигационные технологии (программное обеспечение, организующее движение сельскохозяйственной аппаратуры на поле);
- регистрирующие технологии (предусматривают осуществление дистанционного наблюдения и отображение его результатов);
- реагирующие технологии (инструменты, позволяющие корректировать местоположение и потребление сельскохозяйственных ресурсов).

В Беларуси развита отрасль сельскохозяйственного машиностроения, выпускающая собственные комбайны и тракторы, оснащенные точными системами позиционирования GPS от американской компании Trimble, что существенно снижает затраты на приобретение высокоточного оборудования для производителей сельского хозяйства. Примеры таких устройств – комбайн «Палессе» GS2124 производства ОАО «Гомсельмаш», укомплектованный системой картирования урожайности и тракторного производства. ОАО «Минский тракторный завод» снабжен системой автоматического управления Trimble Autopilot.

Однако внедрение точного земледелия связано с рядом проблем. Самая главная и значимая проблема внедрения технологий точного земледелия в экономику – это значительные финансовые ресурсы, затрачиваемые на внедрение новых технологий. Большинство белорусских фермеров готовы внедрять новейшие технологии на своих полях, но отсутствие финансов и страх финансового риска являются препятствиями для инноваций.

К примеру, низкая рентабельность производства, к которой приводят такие факторы, как высокая стоимость полевых работ, низкая скорость обновления основных средств, вынуждает государство тратить миллионы на дотации сельскохозяйственным организациям. Помочь с решением этих проблем могла бы тотальная информатизация сельского хозяйства в Республике Беларусь, а как следствие этого, применение новейших технологий в процессе производства сельскохозяйственной продукции. Результа-

ты этого внедрения помогли бы увеличить урожайность культур и повысить эффективность сельскохозяйственных мероприятий. Для достижения этих задач в 2018 г. в Минске была запущена бесплатная онлайн-платформа для «точного» земледелия OneSoil. Используя эту платформу, сельскохозяйственные предприятия ограждают себя от трат на дорогостоящий анализ почвы, удобрений и растений у частных компаний [2].

Еще одной причиной, сдерживающей широкое внедрение точного земледелия в сельскохозяйственных организациях Беларуси, является существующая система внутрихозяйственного землеустройства, ориентированная на традиционное энерго- и ресурсозатратное земледелие, и не учитывающая наличия неоднородностей в пределах отдельного поля либо земельного участка – ключевых факторов для координатного земледелия [1].

Республика Беларусь располагает весьма функциональными способностями для введения системы точного земледелия в производство сельскохозяйственной продукции. Внедрение точного земледелия в Беларуси содействует урегулированию различных задач. Во-первых, появляется возможность определять характеристики почвенного состава и рассматривать его воздействие на результативность синтетической экологической системы. Во-вторых, в растениеводстве можно будет провести анализ вероятной продуктивности конкретных разновидностей сельскохозяйственных растений в определенных природно-климатических условиях и их ответные действия на удобрения.

К ожидаемым результатам использования технологии относятся:

- снижение расходов;
- улучшение качества продукции;
- формирование нескольких вариантов карт полей с расширенным выбором наглядных возможностей;
- осуществление контроля за установленными участками почв для подготовки правильного количества удобрений.

Более того, все участники аграрного бизнеса приобретут дополнительные возможности. Руководитель будет способен дистанционно контролировать деятельность собственного хозяйства, оценивать производительность вкладываемых средств; инженер – своевременно отслеживать местоположение оборудования и удаленно связываться и водителями; агроном – разрабатывать план внесения удобрений на основании специфических свойств сельскохозяйственных угодий, принимая во внимание рельеф полей и прочие факторы; экономист – автоматизировать все виды работ.

Для того чтобы добиться сбережения энергетических ресурсов и сделать экологическим существующее сельское хозяйство Республики Беларусь целесообразно комплексное применение системы точного земледелия. Таким образом, рациональное использование точного земледелия обеспечит увеличение продуктивности изготовления отечественной сельскохозяйственной продукции благодаря модернизации процессов производства и снижению капиталовложений.

Список использованной литературы

1 Мыслыва, Т. Н. Практические аспекты использования методов геопространственного анализа в землеустройстве и земельном кадастре / Т. Н. Мыслыва, О. А. Куцаева // Земля Беларуси. – 2018. – № 3. – С. 14–18.

2 Точное земледелие в сельском хозяйстве Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: http://fmk.bseu.by:8080/bitstream/edoc/83698/1/Perednya_P.P._112_113.pdf. – Дата доступа: 28.12.2021.

Т. С. ХОХЛЯКОВА

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **С. Л. Шатров,**

канд. экон. наук, доц.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Современные финансово-хозяйственные отношения характеризуются острой конкуренцией, стремительной изменчивостью внешней среды хозяйствования. Это требует от их руководителей не только оперативной и креативной корректировки своей рыночной стратегии, но и значительных усилий по созданию эффективной системы экономической безопасности [1, с.13].

Железная дорога является организацией со сложной трехуровневой системой управления. Ключевой задачей железнодорожного транспорта является организация перевозки грузов и пассажиров. Для ее решения организации, входящие в состав железной дороги, обеспечивают безопасность движения, сохранность грузов и подвижного железнодорожного состава, экологическую и экономическую безопасность, своевременную перевозку пассажиров и доставку багажа, обслуживание пассажиров на вокзалах и в поездах, то есть обеспечивают непосредственно осуществление перевозочного процесса и предоставление дополнительных услуг, связанных с транспортным обслуживанием.

Для обеспечения экономической безопасности железной дороги необходимо постоянно совершенствовать систему контроля количественных ориентиров, анализировать качественные параметры использования имеющихся ресурсов. Выбор контрольных показателей для мониторинга и контроля деятельности железнодорожного транспорта должен производиться с учетом следующих принципов: необходимость и достаточность показателей – выбор ограниченного набора показателей, которые максимально полно характеризуют экономическое состояние и развитие железнодорожного транспорта; простота расчета – выбор показателей, которые предусмотрены в статистической отчетности, или возможность их формирования на основе имеющихся данных; сопоставимость – возможность сравнения контрольных показателей в различных временных периодах и с аналогичными контрольными показателями по другим видам транспорта.

Система управления экономической безопасностью должна быть способна создать условия, которые обеспечивали бы железной дороге защиту от внешних и внутренних угроз и максимальное использование всего арсенала имеющихся ресурсов для достижения своих целей. Цель системы экономической безопасности на железной дороге – обеспечение эффективной работы в настоящем и в будущем. Соответственно задача системы экономической безопасности железной дороги – достижение финансовой эффективности, ликвидности и финансовой независимости от внешних субъектов и факторов, максимального уровня доходности и производительности, технологической независимости, эффективности системы управления, оптимизации организационной структуры.

Основные направления обеспечения экономической безопасности:

- обеспечение высокой эффективности работы, финансовой устойчивости и независимости организации;
- обеспечение технологической независимости и достижения высокой конкурентоспособности технического потенциала;
- достижение высокой эффективности менеджмента, оптимальной и эффективной организационной структуры управления;
- достижение высокого уровня квалификации персонала;

– минимизация негативного влияния результатов хозяйственной деятельности предприятия на состояние окружающей среды;

– качественная правовая защищенность всех аспектов деятельности предприятия, обеспечение защиты информации, коммерческой тайны и достижение необходимого уровня информационного обеспечения работы всех подразделений и отделов;

– эффективная организация безопасности капитала и имущества предприятия, персонала.

Обеспечение экономической безопасности железной дороги, как и любой другой организации, требует выполнения следующего алгоритма:

– определение перечня внешних и внутренних угроз, их ранжирование по степени возможного нанесения вреда и ущерба;

– выработка допустимых значений выбранных индикаторов, их критических значений;

– установление периодичности мониторинга и механизма контроля за изменением индикаторов;

– разработка краткосрочных и долгосрочных мероприятий по устранению возникших угроз либо ослаблению их отрицательного влияния на работу организации.

Обеспечение экономической безопасности не может быть разовым мероприятием. Это достаточно сложный длительный и непрерывный процесс, включающий в себя поиск и анализ наиболее рациональных методов, способов и путей предотвращения либо уменьшения негативного влияния внешних и внутренних угроз [2, с.92].

Следует помнить о том, что обеспечение экономической безопасности создает условия не только для стабильности его функционирования, но и повышает эффективность финансово-хозяйственной деятельности, способствует росту экономического потенциала отраслей экономики Республики Беларусь и экономики страны в целом. В совокупности экономическая безопасность является важной составляющей национальной безопасности государства в целом.

Таким образом, разработка и реализация комплекса мероприятий, направленных на обеспечение экономической безопасности железной дороги, позволяющих прогнозировать угрозы и оперативно регулировать объемы, структуру затрат окажет позитивное влияние на общее финансовое состояние железной дороги, что, в конечном итоге, положительным образом отразится не только на деятельности самой железной дороги, но и будет способствовать оздоровлению экономики страны в целом [3, с.10].

Список использованной литературы

1 Шатров, С. Л. Система внутреннего контроля финансово-хозяйственной деятельности предприятий железнодорожного транспорта: состояние и направления развития / С.Л. Шатров // Бухгалтерский учет и анализ. – 2006. – № 10 (118). – С. 8–13

2 Шатров, С. Л. Система внутреннего контроля в обеспечении экономической безопасности организации / С. Л. Шатров, А. Н. Мороз / Рынок транспортных услуг: проблемы повышения эффективности / под ред. В. Г. Гизатуллиной. – Выпуск 14. – Гомель : БелГУТ, 2021. – С. 91–100.

3 Экономическая и национальная безопасность : учеб. / под ред. Е. А. Олейникова. – М. : Экзамен, 2005. – 768 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СИСТЕМАМИ И ПРОЕКТАМИ

О. О. БАЛАНДЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. П. Геврасёва,**

канд. экон. наук, доц.

РЕЗУЛЬТАТЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Внешнеэкономическая деятельность оказывает значительное влияние на темпы и качество социально-экономического развития регионов. На это указывают основные положения Программы социально-экономического развития Гомельской области на 2016-2020 гг., в которой предусмотрены такие приоритеты развития внешнеэкономической деятельности региона, как:

- наращивание экспорта товаров за счет освоения новых рынков и выпуска новой экспортной продукции;
- продолжение работы по созданию новых экспортоориентированных производств;
- проведение политики рационального импортозамещения [1].

В таблице 1 приведены показатели, характеризующие выполнение прогнозных значений показателей внешней торговли Гомельской области в 2016-2020 гг.

Таблица 1 – Выполнение прогнозных показателей внешней торговли Гомельской области в 2016-2020 гг.

В миллионах долларов США

Показатели		2016	2017	2018	2019	2020	Темпы изменения, % (2020/2016)
Экспорт	Прогноз	3 401,2	3 469,0	3 538,0	3 614,0	3 691,0	108,5
	Факт	3 401,2	4 016,1	4 670,1	4 638,7	4 275,1	125,7
Импорт	Прогноз	3 289,3	3 322,0	3 354,0	3 387,0	3 420,0	104,0
	Факт	3 289,3	4 712,2	5 816,6	5 499,4	3 635,9	110,5
Сальдо	Прогноз	111,9	147,0	184,0	227,0	270,0	–
	Факт	111,9	-696,1	-1 146,5	-860,7	639,2	–

Результатом внешнеэкономической деятельности Гомельской области в текущем пятилетии стал рост экспорта товаров на 25,7% (прогноз – на 8,5%). Несмотря на значительное увеличение с начала пятилетки показателей, последний год оказался непредсказуемым и внес определенные коррективы в выполнение прогнозных показателей. Импорт также обострил неблагоприятную внешнеэкономическую ситуацию в течение пятилетнего периода, увеличившись почти в 2 раза. Однако, благодаря грамотно проводимой политике рационального импортозамещения, его значение к концу периода приблизилось к прогнозному уровню. Дополнительный положительный эффект в этом направлении дала реализация мероприятий по привлечению к импортозамещению малого и среднего бизнеса. В результате показатель сальдо внешнеторговой деятельности достиг положительного значения – 639,2 млн. долларов США.

Выход на новые рынки находит отражение в главной цели программы 2016-2020 гг. К числу практических мер по реализации данного направления относятся: активное освоение рынка Китая по мясомолочному направлению, постепенная переориентация на выпуск продукции с более глубокой степенью переработки и, соответственно, с большей добавленной стоимостью. ОАО «Туровский молочный комбинат» и ОАО «Калинковичский мясокомбинат» начали отгружать свою продукцию не только в Китай, но и в другие страны, а также представили новые бренды экспортной продукции. Данное направление развивали и другие предприятия области: ИПУП «АЛКО-ПАК» освоило рынки Вьетнама и Южно-Африканской Республики, ООО «Мультипак» – Скандинавских стран и стран Восточной Европы; ОДО «Бумпром» – Турции, совместное закрытое акционерное общество «Завод сантэкс» – Литвы; совместное предприятие ОАО «Гомельский электротехнический завод» – Эстонской республики.

В текущем пятилетии велись работы по созданию новых экспортоориентированных производств, в том числе новых деревообрабатывающих организаций, поставляющих продукцию на экспорт в страны ЕС, организации производства по переработке лигнина гидролизного в сорбирующие изделия для поглощения и утилизации нефтепродуктов, в пластификаторы для бетона и строительных смесей, тампонажные изделия. Итогом стала реализация инвестиционного проекта по созданию высокотехнологичного производства силовых гидромашин и гидротрансмиссий для кормо- и зерноуборочных комбайнов, дорожной и строительной техники, которую планируют поставлять, в том числе и на экспорт. В Мозырском районе появилось совместное белорусско-датское производство по нанесению полимерного покрытия на металлические поверхности. Соответствующий инвестиционный договор с компанией «БайСтил» был подписан во время Гомельского экономического форума. Инвестиционные вложения составили 3 млн. долларов США. На предприятии было создано около 30 новых рабочих мест.

Политика рационального импортозамещения в 2016-2020 гг. была направлена на освоение конкурентоспособных потребительских, инвестиционных и промежуточных товаров, снижение импортоемкости промышленной продукции. На проектную мощность вышел ООО «Завод гидроизоляционных материалов «Пенетрон-Бел» по производству современных гидроизоляционных материалов, ИПУП «ФРЕШПАК СОЛЮ-ШЕНС» продолжает реализацию проекта по выпуску многослойных барьерных пленок, ИПУП «Фарм Эплаэнс» – по выпуску полимерных и металлополимерных устройств фармацевтического, медицинского и косметического назначения.

Таким образом, запланированная работа Программы социально-экономического развития Гомельской области по итогам пятилетнего периода выполнена. Однако не всегда в течение данного периода отмечалась положительная тенденция. Большие трудности внесла ситуация, вызванная неблагоприятной эпидемической обстановкой в мире и напряженной политической обстановкой в стране. Результаты внешнеэкономической деятельности 2016-2020 гг. позволяют определить количественные ориентиры при составлении программы на следующий пятилетний период и разработать приоритетные направления для Гомельской области.

Список использованной литературы

1 Об утверждении Программы социально-экономического развития Гомельской области на 2016-2020 гг.: Решение Гомельского областного Совета депутатов от 16 июня 2017 года № 201 [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – 2021. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=D917g0084867&p1=1>. – Дата доступа: 15.01.2022.

Е. С. БЕЛОБОРОДАЯ, Н. А. КОРНЕВ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **А. С. Сверлов,**

канд. экон. наук, доц.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВЕЛОСИПЕДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ ПОД ВЛИЯНИЕМ COVID-19

За прошедшие годы коронавирусная инфекция внесла изменения во многие аспекты жизни человека. Работа из дому, закрытые спортзалы, временный запрет на массовые мероприятия, концерты, ивенты – это небольшой перечень из длинного списка новых мер, которые побудили людей к поиску новых способов активности. Стало значительно больше приверженцев здорового образа жизни. Велосипеды стали настоящим мейнстримом в период пандемии. Причины очевидны: максимальная минимизация контакта с другими людьми при условии сохранения двигательной активности. Именно причина растущей популярности велосипедов объясняет необходимость изучения ситуации на данном рынке как в Беларуси, так и на мировом рынке в целом.

Изменение динамики спроса на рынке велосипедов прослеживается по всему миру. В целом спрос на велосипеды в мире вырос в два раза за последние 1,5 года пандемии. Так, по данным исследовательской компании NPD Group, в апреле 2020 г. продажи велосипедов, запчастей и велоаксессуаров в США выросли на 75 % по сравнению с апрелем 2019 г. С целью заполнить американский рынок в Китае производство велосипедов в мае было увеличено на 44 %. Выросла популярность велосипедов и в Великобритании. В апреле 2020 г. рост спроса составил 6 %, а на бюджетные модели – на 112 %. Эксперты связывают это со страхом британцев заразиться коронавирусом в общественном транспорте и с хорошей погодой.

В 2020 г. Минское Велосипедное Общество провело исследование, а именно ручной подсчет велосипедистов. Помимо этого, Общество проанализировало данные сервиса Strava – приложение для велосипедистов, которое позволяет с помощью GPS записывать маршрут движения. Данные от пользователей приложения собираются и автоматически обрабатываются. Ресурс Strava Metro позволяет в свою очередь получить обработанные данные и увидеть демографические данные велосипедистов, и их интенсивность использования велосипеда. По результатам исследования, выяснилось, что интенсивность движения велосипедистов за день в г. Минск в 2020 г. увеличилась на 2,2 % по сравнению с предыдущим годом. Это свидетельствует о том, что велодвижение развивается [1].

По данным статистического комитета Республики Беларусь производство отечественных велосипедов в 2020 г. выросло на 13,4 % в сравнении с 2019 г. В связи с резким ростом спроса на велосипеды в зарубежных странах, импорт из стран вне СНГ снизился на 24,2 %. В свою очередь вырос импорт велосипедов из стран СНГ на 14,9 %. Что касается экспорта, то экспорт в страны СНГ сократился на 6,5 %, в то время как экспорт в другие страны вырос с 1 тыс. шт. в 2019 г. до 9 тыс. шт. в 2020 г. Это связано с тем, что зарубежные производители не справлялись с возросшим спросом (рисунок).

Причиной проиллюстрированного на диаграмме снижения емкости рынка Республики Беларусь является снижение импорта из Китая. Так как, как уже упоминалось ранее, приоритетными направлениями китайского экспорта являются страны Европы и Америка. Следует отметить также количественный рост отечественного производства. В тоже время он не компенсировал снижение импорта из Китая.



Рисунок – Емкость рынка велосипедов Республики Беларусь за 2015-2020 гг., тыс. шт.

Текущая ситуация на мировом и отечественном рынке может благоприятно сказаться на предприятии ООО «МотоВелоЗавод». Растущий спрос и дефицит на рынках ряда стран должны были бы стимулировать ООО «МотоВелоЗавод» производить больше велосипедов и проникать на новые рынки сбыта. Однако необходимо выяснить, удовлетворяет ли продукция предприятия требования потребителей как минимум на рынке Республики Беларусь. Для того, чтобы выяснить отношение белорусских потребителей к основной торговой марки предприятия «AIST» нами был проведен опрос 138 велосипедистов, проживающих постоянно или временно в г. Минске. У большинства опрошенных велосипед марки «AIST» ассоциируется в основном с такими прилагательными, как классический (55,6 %); устаревший (40%); винтажный (28,9%). В сложившейся ситуации можно предложить несколько вариантов развития предприятия для улучшения позиций на отечественном рынке и выхода на зарубежные [2]. Первый вариант предусматривает полный ребрендинг предприятия, совмещенный с созданием новых моделей велосипедов и изменением позиционирования предприятия. Второй вариант предусматривает организацию сбора на основе имеющихся производственных мощностей продукции европейских производителей под их брендом, которая пользуется спросом. На данном этапе более привлекательным для ООО «МотоВелоЗавод» будет второй вариант. Реализация второго варианта будет сопряжена с привлечением иностранных инвестиций, гарантированным сохранением рабочих мест, велосипеды известных брендов станут доступнее для белорусов, повышением количества велосипедистов и развитие велосипедной инфраструктуры в городах Беларуси, приобретение необходимого опыта и капитала для создания и разработки собственной технологии.

Список использованной литературы

1 Анализ подсчета интенсивности движения велосипедистов и составление портрета велосипедистов в Минске в 2020 году [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://rovar.info/analiz-podsheta-velosipedistov-v-2020/>. – Дата доступа: 05.10.2021.

2 Как «МотоВелоЗавод» планирует покорить европейские рынки и увеличить продажи в 2 раза [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: https://probusiness.io/special_project/7720-kak-motovelezavod-planiruet-pokorit-evropeyskie-rynki-i-uvelichit-prodazhi-v-2-raza.html. - Дата доступа: 05.10.2021.

А. Э. ВАСИЛЕВСКАЯ

(г. Барановичи, Барановичский государственный университет)

Науч. рук. **Р. А. Лизакова,**

канд. экон. наук, доц.

ВАЖНОСТЬ РАЗРАБОТКИ БРЕНДБУКА ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРОМЫШЛЕННОМ РЫНКЕ

Не каждое предприятие заинтересованно в разработке базы данных инструментов для оптимизации процесса создания рекламных материалов и фирменных атрибутов бренда. Брендбук – это документ, в котором приведен точный перечень составляющих фирменного стиля бренда и правила использования каждого элемента (основные цвета, тип и начертания шрифтов, расположение визуальных объектов) [1, с. 210].

Брендбук – необязательный элемент для организации деятельности отдела маркетинга на предприятия, но является достаточно полезным, если:

– предприятие сотрудничает со сторонними организациями по вопросу разработки маркетинговых мероприятий и изготовления рекламной продукции. Передав брендбук сторонней организации, предприятие освобождается от необходимости оказания постоянных консультационных услуг, а затраты на изготовление макетов и пробной продукции значительно снижаются;

– предприятие нанимает новых сотрудников для работы в отделе маркетинга. Новым сотрудникам будет удобно изучить брендбук перед началом работы, чтобы впоследствии не возникало большое количество вопросов об отдельных элементах фирменного стиля.

В основном, в создании брендбука для поддержания фирменного стиля бренда, заинтересованы крупные предприятия, активно использующие маркетинговые коммуникации для поддержания уровня продаж и развития бизнеса: производители одежды и обуви, косметические бренды, операторы мобильной связи, крупные розничные продавцы, а также организации, активно ведущие свою деятельность в сети Интернет. Данные организации распространяют рекламные мероприятия на широкую аудиторию и, в большинстве случаев, используют различные источники. Как правило, рекламные предложения предприятия часто сменяются друг другом из-за скорости потребления клиентами данных видов товаров, услуг и особенностей информационного обмена с помощью глобальной сети [2, с. 392].

Сохранение фирменного стиля - главная задача данного типа рекламных материалов. При каждом новом изменении отдельных атрибутов бренда, потребитель не сможет запомнить основные запоминающиеся элементы фирменного стиля и не узнает организацию среди конкурентов.

Не каждое предприятие разрабатывает брендбук, считая данное маркетинговое мероприятие нерациональным использованием времени и финансов. При игнорировании важности составления документа, отражающего элементы фирменного стиля бренда, предприятие рискует:

– увеличить затраты на разработку и изготовление, а также исправление и корректировку рекламных материалов;

– усложнить поиск изготовителей фирменной униформы и аксессуаров (бейджики, галстука, пряжки на галстуки и т.п.);

– неумышленно изменить отдельные элементы бренда;

– дезориентировать клиентов и покупателей из-за различного использования отдельными подразделениями предприятия (разные оттенки одного цвета в униформе отделов, расположение графических элементов на рекламных материалах) и др.

Как правило, деятельность промышленных организаций зависит от покупательской способности других предприятий, а не от покупательской способности населения. Отличительными чертами данной сферы производства является стандартизация продукция, большие объемы поставок, сложность разработки и введения в производство новых видов продукции, высокие затраты на изготовление и распространение и др. Среди средств маркетинговых коммуникаций часто используются личные продажи путем проведения переговоров между представителями сторонних компаний [3, с. 97].

ОАО «Барановичский автоагрегатный завод» активно используют элементы фирменного стиля при деловых переговорах (рекламные листовки с перечнем изготавливаемых изделий, настенные и карманные календари, флажки, выставочные стенды и др.). Также фирменный стиль отражен и в оформлении сайта и официальных страниц предприятия в социальных сетях. Предприятие заинтересованно в поддержании делового имиджа и сотрудничает со сторонними организациями для реализации функций маркетинга. Фирменный стиль завода прослеживается в рекламных материалах и в оформлении информационных источников.

Брендбук оформляется, как правило, в бумажном формате. Но, с учетом современных тенденций в маркетинге, оформляется и в электронном формате для удобства передачи сторонним организациям. Многие предприятия предоставляют доступ к данному документу все пользователям сети Интернет. Например, ПАО «МТС» предоставляет пользователям документ с правилами использования элементов корпоративного стиля. Данный шаг способствует поиску новых партнеров по изготовлению рекламной продукции: предприятие выставляет брендбук на официальном сайте, а пользователи могут делиться своими идеями по использованию фирменного стиля. Также электронный брендбук позволит заинтересованным в приобретении франшизы определенного бренда лицам ознакомиться с его основными стилистическими особенностями и атрибутами.

Деятельность предприятий на рынке промышленных товаров и услуг напрямую зависит от его взаимодействия с партнерскими организациями. Фирменный стиль позволит создать имидж, который будет отражать сущность деятельности субъекта хозяйствования и заинтересует сторонние организации в налаживании деловых связей. Некоторые промышленные предприятия не внедряют брендбука, так как не видят в этом необходимости. Брендбук – визуальное отражение стиля предприятия, используемое на всех стадиях маркетинга.

Список использованной литературы

- 1 Акулич, И. Л. Маркетинг: учеб. / И. Л. Акулич – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск : Высшая школа, 2014. – 543 с.
- 2 Еремин, В. Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации: учеб. / В. Н. Еремин. – М. : КноРУс, 2014. – 648 с.
- 3 Эриашвили, Н. Д. Маркетинг: учеб. для вузов / Н. Д. Эриашвили [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 623 с.

А. И. ГАМЗА

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Е. П. Глищик,**

канд. экон. наук, доц.

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

В настоящее время поведение покупателей в значительной степени определяет маркетинговую активность и задает условия для взаимодействия маркетинговых ин-

струментов. Совершить покупку в том или ином торговом центре потребителей побуждают разнообразные программы лояльности. По этой причине почти все торговые сети, желающие привлечь больше посетителей, активно внедряют различные маркетинговые инструменты. Можно выделить три основные причины для применения маркетинговых инструментов, позволяющих организациям торговли эффективно функционировать:

– продажа неликвидного товара. Например, распродажа устаревших коллекций непродовольственных товаров позволяет высвободить некоторую часть торговых площадей для новых коллекций, не списывая при этом предыдущий товар.

– сокращение потерь. Например, скидки на товары (продукты), у которых скоро истекает срок годности. Если предположить, что торговая наценка на товар в среднем 20%, то утрата одной единицы по себестоимости равняется маржинальной прибыли, полученной с пяти единиц товара. Поэтому реализация доли товаров, по которым есть риск понести убытки, по их себестоимости может быть более выгодным решением, чем их наличие с учетом прежних цен;

– увеличение продаж. Применяется, когда у магазина нет проблем с акционными товарами, и он желает получить дополнительную прибыль путем увеличения продаж [1].

Рассмотрим действие маркетинговых инструментов, направленных на увеличение продаж, на примере предоставления скидки на весь ассортимент.

В качестве примера будем использовать следующие данные: первоначальная цена товара – 60 руб.; количество продаж – 100 шт.; переменные затраты – 80 % от цены; размер скидки – 15 %. Выручку до проведения акции найдем по следующей формуле (1):

$$R=p \times q, \quad (1)$$

где R – выручка;

p – первоначальная цена;

q – количество продаж.

Таким образом, выручка до проведения акции составит 6 000 руб. (60 руб. \times 100 шт.). Далее выясним, какой прирост продаж в штуках необходимо обеспечить, чтобы выручка в период проведения акции была не меньше, чем до акции. Для этого совершим расчеты по формуле (2):

$$\Delta q \% = \frac{R}{p \times (100\% - S) \times q} - 100\%, \quad (2)$$

где S – размер скидки;

Δq % – прирост продаж в штуках (%).

Таким образом, прирост продаж в штуках составит 17,6 % (6000 / (60 \times (100% - 15%) \times 100) - 100%).

Далее рассмотрим, какой прирост продаж требуется для того, чтобы акция окупилась исходя из маржинальной прибыли. Для этого рассчитаем маржинальную прибыль до проведения акции по следующей формуле (3):

$$MP=(p-(C\% \times p)) \times q, \quad (3)$$

где MP – маржинальная прибыль,

$C\%$ – процент переменных затрат в цене.

Таким образом, прибыль до проведения акции составит 1 200 руб. ((60 руб. – 80% \times 60 руб.) \times 100 шт.). Далее выясним, какой прирост продаж в штуках необходимо

обеспечить, чтобы маржинальная прибыль в период проведения акции была не меньше, чем до акции. Для этого совершим расчеты по формуле (4):

$$\Delta q\% = \frac{MP}{((p \times (100\% - 15\%) - (C\% \times p)) \times q)} - 100 \quad (4)$$

Таким образом, прирост продаж составит 300% или 3 штуки ($1200 / ((60 \times (100\% - 15\%) - (80\% \times 60)) \times 100) - 100\%$).

Приведем зависимость между приростом продаж в штуках и приростом выручки и маржинальной прибыли в процентах при заданной доле переменных затрат в изначальной цене и уровне скидки (рисунок 1) [2].



Рисунок 1 – Зависимость между приростом продаж, выручки и маржинальной прибыли

Из приведенной зависимости следует, что при скидке 15 % и переменных затратах в цене товара 80 %, акция становится окупаема при росте продаж в штуках от 300 %.

Таким образом, на сегодняшний день организации торговли имеют возможность использовать различные инструменты маркетинга для повышения эффективности своей деятельности. Развитие маркетинговых инструментов не стоит на месте, а постоянно появляющиеся новые технологии помогают своевременно реагировать на переменчивое покупательское поведение и добиваться клиентской лояльности. Благодаря этому организации торговли имеют возможность выбирать и использовать те маркетинговые инструменты, которые соответствуют их целям и направлениям деятельности.

Список использованной литературы

- 1 Данченко, Л. А. Маркетинговое ценообразование : политика, методы, практика / Л. А. Данченко, А. Г. Иванова. – М. : Эксмо, 2006. – 464 с.
- 2 Безменова, Д. В. Роль маркетинга в управлении конкурентоспособностью предприятия. // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 12. – С. 141–146.

Р. Л. оглы ГАСАНОВ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

СОЦИАЛЬНЫЙ ПАКЕТ В СИСТЕМЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Современная система мотивации персонала требует применения разнообразных инструментов побуждения работников к труду и повышения их лояльности к организации. Одним из таких инструментов выступает социальный пакет, который рассматривается как набор гарантий и льгот социального характера, не предусмотренных законодательством и финансируемых работодателем по своей инициативе и за свой счёт, с целью привлечения перспективных работников, стимулирования и формирования положительного имиджа в деловой сфере и на рынке труда [1, 2]. Социальный пакет используется для активного внедрения в современную кадровую политику отечественных предприятий понятия «человеческий капитал», которое характеризуется мерой воплощенных в человеке способностей и желания приносить своей фирме доход. Способствует росту конкуренции, так как, чем острее конкуренция, тем важнее для фирмы лояльность сотрудников и их мотивация; социальный пакет является гибким инструментом вознаграждения, так как формируется полностью работодателем с учетом пожеланий работников; социальный пакет можно дополнять, наполнять новым содержанием, стимулируя повышение производительности труда и оптимизируя затраты на управление персоналом.

Например, социальный пакет всеми известной компании Apple включает в себя: право на скидку 25 % от стоимости продукции Apple, каждые три года сотрудники имеют право приобрести iPad на 250 долл. США дешевле и iMac на 500 долл. США дешевле. Большая часть программного обеспечения от Apple для сотрудников обходится дешевле на 50 %. Сюда же входит скидка друзей и родственники сотрудников, размер, который зависит от выбранного продукта. Матерям предоставляется 18 недель полностью оплачиваемого отпуска после рождения ребёнка и ещё 6 неоплачиваемых недель. Новые сотрудники Apple имеют возможность на 12 дней оплачиваемых отгулов и 300 долл. США на посещение тренажерного зала [3].

Рассмотрим возможности формирования социального пакета на примере ОАО «Гомельстекло». Для этого нами изучены виды социальных услуг и условия их предоставления работникам с учетом возможностей организации.

Добровольное медицинское страхование в ОАО «Белгосстрах». Работнику, проработавшему в организации более 3 лет, предоставляется полис добровольного медицинского страхования на сумму 2 500 руб. в год, которую он может использовать на определенные медицинские услуги. При страховании коллектива предоставляется гибкая система скидок, а именно, чем больше работников воспользуется услугой, тем меньше ежемесячный взнос. Страховой взнос на одного работника составит 5 рублей в месяц, что составит 60 руб. в год. Для организации затраты будут зависеть от количества желающих сотрудников. В среднем стоимость услуги на одного работника составит 5 руб. в месяц.

Корпоративные тарифные планы (А1). Работникам предлагается выбрать один из предложенных тарифных планов, в которые включаются различные виды услуг (интернет, минуты, смс). Организацией работнику будет предоставлена скидка в размере 50 % на любой из тарифов. Для работников будет возможность дополнительно за свой счет подключать дополнительные услуги (увеличить скорость интернета, количество минут). Средняя стоимость тарифов составляет 16 руб. Стоимость услуги для работника без дополнительных услуг составит 8 руб. в месяц.

Абонемент в фитнес клуб. Для организации будут предложены абонементы по специальным ценам для ее работников. Работники организации будут оплачивать частичную стоимость абонемента, остальная часть будет покрываться за счет организации. Работники могут приобрести разовый пакет посещений или же приобрести клуб-

ную карту на месяц. Разовое посещение стоит 8 руб. за 1 занятие, а с учетом предложенных скидок, работник заплатит 4,8 руб. Клубная карта для нескольких сотрудников будет оплачиваться организацией с учетом предоставленной скидки. Клубная карта с учетом скидки будет стоить 19,5 руб. в месяц.

Оплата обучения. Оплата обучения, дополнительного образования сотрудников, отработавших в организации более трех лет, как полная оплата обучения работодателем, так и частичная, в пределах 10 000 руб. за счет средств организации (один раз в течение трудового стажа в организации).

Оплата обедов. Так как офис ОАО «Гомельстекло» находится далеко от центра (Костюковка), на территории организации отсутствует объект общественного питания, то предлагается организовывать доставку комплексных обедов из кафе «Айсберг», которое находится неподалеку, с частичной компенсацией расходов. Минимальная стоимость комплексного обеда 4 руб., 40 % из которых возмещается организацией.

Абонемент в бассейн. Стоимость посещения 1 человека на 45 минут составляет 6,70 руб. Организацией предусматривается оплата в размере 40 % от стоимости абонемента, следовательно, для работника организации стоимость посещения составит 4 руб. Абонемент на 8 посещений составит 48 руб., для работника данный абонемент с учетом скидки составит 28,8 руб.

В таблице 1 приведена сводная информация о расходах организации и работников на приобретение рассмотренных социальных услуг.

Таблица 1 – Условия покрытия расходов организацией и работниками по видам социальных услуг

Услуга	Условие для организации	Условие для работника
1 Страхование медицинских расходов	5 руб. в месяц	5 руб. в месяц
2 Корпоративные тарифные планы (А1)	50 % затрат на любой тарифный план	50% затрат на любой тарифный план
3 Абонемент в фитнес клуб Lifestyle	3,2 руб. за одно занятие 13 руб. в месяц (клубная карта)	4,8 руб. за одно занятие 19,5 руб. в месяц (клубная карта)
4 Оплата обучения	В пределах 10 000 руб. (один раз в течение трудового стажа в организации)	Оплата расходов сверх 10 000 руб.
5 Оплата обедов в кафе	1,6 руб. за обед	2,4 руб. за обед
6 Абонемент в бассейн	2,70 руб. за одно посещение 19,2 руб. за месячный абонемент	4 руб. за одно посещение 28,8 руб. за месячный абонемент

Работнику будет предоставлена возможность лично собрать свой социальный пакет услуг в зависимости от его потребностей и пожеланий с учетом лимита расходов на месяц в расчете на одного работника (без учета расходов на обучение). Лимит расходов на одного работника может приниматься на собрании профсоюзной организации и устанавливаться на один год с учетом имеющихся финансовых возможностей организации.

Таким образом, в виде социального пакета работник получает поддержку от работодателя и на предприятии повышается производительность труда, уменьшается кадровая текучесть, улучшается атмосфера в коллективе.

Список использованной литературы

- 1 Ромашкина, Е. Г. «Вменённый» предоставляет работникам соцпакет / Е. Г. Ромашкина // Вменёнка. – 2011. – № 12.
- 2 Вергара, Э. Х. Роль социального пакета как инструмента стимулирования труда персонала современной компании / Э. Х. Вергара // Молодой учёный. – 2013. – № 10(57). – С. 296–297.
- 3 Какие бонусы и льготы получают сотрудники Apple [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://appleinsider-ru.cdn.ampproject.org/c/s/appleinsider.ru/apple-v-licax/kakie-bonusy-i-lgoty-poluchayut-sotrudniki-apple.html/amp>. – Дата доступа: 01.02.2022.

П. А. ГАСПАРЯН

(г. Сочи, Сочинский государственный университет)

Науч. рук. **Т. Е. Гварлиани,**

д-р экон. наук, проф.

СТРОИТЕЛЬСТВО АМУРСКОГО ГАЗОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ЗАВОДА В РАЗРЕЗЕ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Для устойчивого развития любого государства нужны стратегические планы. Именно последовательная и длительная работа, а не сиюминутные решения приводит к устойчивому экономическому и социальному развитию. Нефтегазовая сфера – один из важнейших секторов российской экономики. Прямые доходы федерального бюджета от нефтегазовой сферы составляют 7,2 % в 2019 году, и уменьшатся до 6 % (прогноз) в 2022 году. А косвенные нефтегазовые доходы составляют ~30 %. [1] Россия сошла с пресловутой «нефтяной иглы», но это абсолютно не означает, что государство не должно пользоваться ресурсами, которые есть на территории страны.

Главной проблемой является то, что большая часть нефти и газа продаётся за рубеж в необработанном виде и перерабатывается уже за рубежом. Но продавать, например, бензин значительно выгоднее, чем сырую нефть, потому что он является продуктом переработки исходного сырья и является товаром с высокой добавленной стоимостью.

Именно для реализации масштабных инфраструктурных проектов разрабатываются и реализуются стратегические программы в России. Главным документом в этой сфере является Указ Президента «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». Этот указ устанавливает стратегические цели развития Российской Федерации: прорывное научно-технологическое и социально-экономическое развитие РФ, увеличение численности населения, повышение уровня жизни граждан и создание комфортных условий для их жизни [2].

Как продолжение этого Указа, Правительством Российской Федерации был составлен «Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года». Он состоит из 308 страниц текста, который содержит не только декларативные цели, но и статистические данные, о том, как достигаются установленные цели.

Этот план устанавливает 5 главных направлений работы:

- 1 Сохранение населения, здоровье и благополучие людей.
- 2 Возможности для самореализации и развития талантов.
- 3 Комфортная и безопасная среда для жизни.
- 4 Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство
- 5 Цифровая трансформация экономики [3].

В вышеуказанных документах уделяется большое значение развитию экономики, особенно инновационных проектов, производящих товары с высокой добавленной стоимостью. В Указе Президента это пункты 1е, 1ж, 1з, 1и. Например, в пункте 1и говорится о создании в обрабатывающей промышленности высокопроизводительных и экспортно ориентированных предприятий, развивающихся на основе современных технологий.

Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации тоже не отстаёт, строительство Амурского газоперерабатывающего завода удовлетворяет сразу 2 большим главам этого плана: не только развитию экономики и инновационных производств, но и развитию Дальнего Востока. [2, 3]

Амурский ГПЗ начал строиться в 2015 году. В 2021 году была открыта первая линия производства (из 6), а все шесть производственных линий планируются открыть в 2025 году. Его проектная мощность – 49 миллиардов кубических метров продуктов в год. Это крупнейший завод в России, второй в мире, и если взять только мощности по

производству гелия – крупнейший в мире. Завод будет производить не только гелий, но и выделять из природного газа (который на ~98 % состоит из метана) этан, пропан и бутан. Этот завод строится компанией Газпром, сумма инвестиций составит 19 млрд. евро. Площадь составляет 800 га и количество созданных рабочих мест – 3 000. Также в августе 2020 года компания СИБУР начала постройку Амурского газохимического комплекса. Это завод, который будет перерабатывать этан в этилен и полиэтилен, и будет синтезировать пропилен из сырья Амурского ГПЗ.

То есть строительство газопровода Сила Сибири позволило открыть ещё 2 высокотехнологичных крупных производств. Это привело к мультипликативному эффекту в экономике.

В упрощённом виде технологические процессы газового комплекса будет выглядеть следующим образом:

- поступление неочищенного природного газа с месторождений;
- разделение его на фракции: метан (природный газ), этан, бутан, пропан и гелий;
- метан отправляется дальше по газопроводу в Китай, гелий отправляется на гелиевый хаб во Владивостоке, часть остальных фракций, так же отправляется в Китай;
- часть этана, бутана и пропана поступают на Амурский газохимический комплекс, где из них производятся этилен, полиэтилен и пропилен [4].

Завод является составной частью так называемого «поворота на Восток». Вместе с газовыми проектами на Сахалине, строительство терминалов Ямал СПГ, и, конечно же, газопроводом Сила Сибири – всё это является составными частями этой политики. Российская Федерация проводит долгосрочную и стратегическую политику по диверсификации своих потребителей нефти и газа. И именно в момент создания с нуля новых мощностей, можно и совершить технологический скачок, который положительно повлияет на экономику целого региона Российской Федерации.

Безусловно, именно стратегический подход в планировании и реализации, позволил всем этим 3 колоссальным проектам осуществиться.

Список использованной литературы

1 Федеральный бюджет РФ [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2020/12/main/2021-2023.pdf>. – Дата обращения 21.01.22.

2 О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года: Указ Президента РФ [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/57425>. – Дата доступа: 21.01.22.

3 Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/ffccd6ed40dbd803eedd11bc8c9f7571/Plan_po_dostizheniyu_nacionalnyh_celey_razvitiya_do_2024g.pdf. – Дата доступа: 21.01.22.

4 Амурский ГПЗ [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.gazprom.ru/projects/amur-gpp>. – Дата доступа: 21.01.22.

А. А. ГРОМЫКО

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **В. Г. Гизатуллина,**

канд. экон. наук, проф.

ПРОБЛЕМЫ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ ПО РЕМОНТУ ПОДВИЖНОГО СОСТАВА НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Для определения уровня прибыльности любого предприятия в своей деятельности необходимо определить, какое количество затрат возникает при осуществлении им данной деятельности. Это невозможно сделать без правильного, точного и своевременного учета затрат.

Как показывает практика, предприятия железной дороги имеют сложную производственную структуру, следовательно, для этого им необходима оперативная экономическая и финансовая информация, с помощью которой возможно оптимизировать учет затрат и принимать обоснованные управленческие решения [1, с. 254]. С этой целью на железнодорожных предприятиях осуществляется бухгалтерский учет затрат, представляющий собой совокупность действий, которые направлены на отражение происходящих на предприятиях железной дороги на протяжении некоторого периода времени процессов, таких как снабжение, производство и реализация продуктов, с использованием методов количественного измерения, регистрации, группировки и анализа, формирующих себестоимость готовой продукции [2, с. 525].

Одной из наиболее важных проблем железнодорожного транспорта в настоящее время является повышение надежности работы подвижного состава, снижение трудоемкости его ремонта, а следовательно, и эксплуатационных расходов. Чтобы решить эту проблему, необходимо применение принципиально новой концепции перехода на ремонт подвижного состава исходя из его фактического состояния. На протяжении длительного времени существует планово-предупредительная система ремонта подвижных составов, которая не отвечает современным требованиям [3, с. 511]. Данная программа осуществляется без учета климатических и эксплуатационных условий полигонов работы, физического износа подвижного состава, интенсивности его использования, конструктивных особенностей.

Системы мониторинга машин, т.е. наблюдения за их техническим состоянием – наиболее эффективное средство снижения затрат при переходе на техническое обслуживание машин и оборудования исходя из их фактического состояния. С точки зрения науки о надежности, подвижной состав – это восстанавливаемая и ремонтируемая система. Это означает, что исправность и работоспособность подвижного состава может поддерживаться в процессе эксплуатации, а при ее потере – восстанавливаться – с помощью проведения технических обслуживаний и ремонтов. При этом необходимо отметить, возникновение неисправности подвижного состава связано с износом его определенной части. Запчасть устанавливается на срок, указанный в технических характеристиках производителя. Однако часто данный срок использования значительно меньше. Следовательно, происходит остановка состава, предприятие расходует средства на дополнительный ремонт, и не получает доход от работы данного состава в связи с его простоем. Так, в договоре с поставщиком на поставку определенной запасной части должны быть четко прописаны: предмет договора, гарантия качества поставляемой запасной части, срок ее эксплуатации, а также порядок заявления претензий и ответственность сторон. В возникшей ситуации проводится претензионная работа. Составляется претензия (в двух экземплярах), в которой должны быть указаны наименование и количество несоответствующего условиям договора товара, номер и дата документа, по которому поставлен товар, суть претензии и ее обоснование, а также конкретные требования покупателя. Один экземпляр претензии передается поставщику, другой остается у предприятия. На экземпляре потребителя поставщик должен поставить отметку о получении претензии (начало отсчета срока исполнения указанных в претензии требований). К претензии прилагаются подтверждающие ее документы и, в частности, акты специализированных организаций или акты, составленные с участием представителя поставщика или независимой организации.

В качестве компенсации к возмещению должны быть указаны суммы новой детали, компенсация за дополнительное время работы оборудования, работников, сумма амортизации здания, в котором подвижной состав находится в простое (ремонтная база) за данный период, компенсация за снятие подвижного состава с линии и необходимость замены другим подвижным составом.

Таким образом, отдельные железнодорожные предприятия производят большое количество ремонтов различных серий, обеспечивая стальную магистраль исправным подвижным составом, при этом несут огромные затраты топлива, электроэнергии, запасных частей, затрат на оплату труда работников и других. Следовательно, для железной дороги играют огромную роль в формировании себестоимости перевозок, а значит, нуждаются в новой концепции перехода на ремонт подвижного состава по его фактическому состоянию, а также контроле над экономным использованием материальных ресурсов и трудовых затрат, направленных на оказание услуг по перевозкам.

Список использованной литературы

- 1 Андреев, В. Д. Практикум по аудиту : учеб. пособие / В. Д. Андреев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 254 с.
- 2 Бабаев, А. Ю. Бухгалтерский учет: учеб. пособие / А. Ю. Бабаев. – М. : ВЗФЭИ, 2015. – 525 с.
- 3 Гизатуллина В. Г. Бухгалтерский учет на железнодорожном транспорте: учеб. пособие / В. Г. Гизатуллина [и др.]; под общ. ред. В. Г. Гизатуллиной, П. Я. Папковской; М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т трансп. – Гомель : БелГУТ, 2010. – 511 с.

А. М. ГУДЕЕВА

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого)
Науч. рук. **Л. Л. Соловьева**,
канд. экон. наук, доц.

ОБОСНОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВЫПУСКА НОВОГО ВИДА ПРОДУКЦИИ НА ЗАО «РЕМЕЗА»

Ни одно предприятие не может быть успешным на рынке в течении долгого периода времени, не предпринимая действий по развитию и усовершенствованию своих товаров. Причинами совершенствование ассортимента могут быть внутренние (желание загрузить неиспользуемые площади, желание повысить прибыль предприятия) или внешние (выпуск новых товаров конкурентами, изменение требований потребителей). Решение о внедрении нового товара должно основываться на анализе рынка, конкурентной среды и потребительского спроса.

Объектом исследования является предприятие по производству компрессорного оборудования ЗАО «Ремеза», а целью – обоснование выпуска нового вида продукции в рамках расширения ассортимента предприятия.

Существующие потребители предприятия несколько раз интересовались выпуском гидравлических разделителей (стрелок), что является той же товарной категорией, которую производит предприятие. Данный товар на белорусском рынке представлен импортными производителями. В рамках политики импортозамещения нужно рассмотреть вопрос целесообразности выпуска данного вида продукции на существующих мощностях.

К возможностям реализации данного проекта можно отнести:

- опыт в технической разработке и производстве подобной продукции;
- необходимое сырье является отходами основного производства компрессоров;
- есть свободные мощности и рабочая сила на предприятии;
- потребителем данного товара являются другие организации тяжелой промышленности.

В процессе реализации данного проекта могут возникнуть следующие проблемы:

- слабая информированность потенциальных потребителей о новом для предприятия товаре;

– сложности выхода на внешние рынки из-за требований сертификации продукции.

Последнюю проблему можно решить путем обеспечения соответствующего уровня качества и последующей сертификацией. Данное мероприятие поможет увеличить объем продаж и прибыль.

Экономический эффект от данного мероприятия будет равняться прибыли. Выручка вычисляется с помощью формулы (1) [1].

$$\text{Выр} = Q_c * P, \quad (1)$$

где Q_c – количество гидравлических разделителей;

P – цена гидравлического разделителя.

Проанализировав цены производителей гидравлических разделителей: Hel-Wita (Польша) и Aquaronika (Россия) [2, 3], установим уровень цены гидравлической стрелки равняется в размере 380,25 руб.

Рассчитаем выручку для партии 100 гидравлических разделителей (минимальный размер спроса в Республике Беларусь по данным маркетинговых исследований):

$$\Delta \text{Выр} = 100 * 380,25 = 38025 \text{ руб.}$$

Заложенная рентабельность для данного вида продукции – 25 %.

Прибыль рассчитывается по формуле 2 [1]:

$$\Delta \text{П} = (\Delta \text{Выр} * R_{\text{п}}\%) / (100 + R_{\text{п}}\%), \quad (2)$$

где $\Delta \text{Выр}$ – выручка от мероприятия;

$R_{\text{п}}\%$ – рентабельность продукции.

Прибыль составит:

$$\Delta \text{П} = (38025 * 25\%) / (100 + 25\%) = 7\ 605 \text{ руб.}$$

Следовательно, экономический эффект от выпуска нового вида продукции (гидравлические разделители) составит 7 605 руб., поэтому мероприятие является целесообразным. Следующим шагом развития стратегии предприятия будет подготовка сертификации продукции и выход на внешние рынки.

Если предприятие стремится сохранить принадлежащую ему долю рынка и увеличить ее, необходимо постоянно обновлять свой ассортимент. Для этого нужен непрерывный поиск идей нового товара. Количество идей должно быть достаточным, чтобы была возможность выбора перспективных предложений.

Для повышения осведомленности потенциальных потребителей о выпуске нового вида продукции целесообразней воспользоваться продвижением в среде интернет. Продвижение товара через интернет возможно с минимальными временными и финансовыми издержками. Потому стоит уделять внимание созданию различных оптимальных алгоритмов для решения задач на всех этапах продвижения с целью ускорения процесса и его автоматизации. Для процесса продвижения товара предприятию тяжелой промышленности стоит обратиться за помощью в компании, которые являются профессионалами в рекламной сфере. Это поможет снизить его временные и финансовые издержки.

Список использованной литературы

1 Семенова, К. С. Стимулирование сбыта нового вида продукции с помощью дегустации / К. С. Семенова // Беларусь в современном мире : матер. XIII Междунар. науч. конф. студ. аспирант. и молодых ученых; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2020. – С. 141.

2 Гидравлические разделители (стрелки) Польша [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://termocity.by/katalog/subcategory/gidravlicheskie-razdeliteli-strelki>. – Дата доступа: 15.11.2021.

3 Гидравлические разделители (стрелки) Россия [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://termocity.by/katalog/subcategory/gidravlicheskie-razdeliteli-strelki>. – Дата доступа: 15.11.2021.

Е. Г. ДЕГТЕРЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Д. Лин**

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

В современных рыночных условиях производительность труда является важным фактором, определяющим успех предприятия как внутри страны, так и на международных рынках.

Впервые термин «производительность труда» встречается в 1766 году в работе А. Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», где объясняется сущность производительного и непроизводительного труда и их влияние на стоимость продукта.

В настоящее время существует множество трактовок понятия производительность труда, но универсального определения не выявлено. Производительность труда рассматривается либо в «узком» смысле в рамках отдельных дисциплин, либо в общем смысле. В связи с многообразием подходов к определению рассматриваемого понятия данная тема является актуальной. Появилась необходимость в систематизации данных подходов и формулировании объективного понятия.

Прежде всего, исследователи рассматривают производительность труда как экономическую категорию. Однако одни ученые связывают данное понятие с трудом, который протекает по заранее разработанным алгоритмам и схемам и не требует вложения творческого потенциала работниками. Другие исследователи связывают производительность с трудом, где необходим творческий вклад работников, их инновационная активность.

В связи с этим можно выделить четыре блока к определению понятия «производительность труда». Так, первый блок дает понимание производительности труда в самом узком, но при этом простом в понимании смысле. Здесь производительность труда можно определить как количество продукта, созданного работниками в единицу времени. При этом на производительность труда воздействуют объективные и субъективные факторы.

По мнению С. Г. Струмилина «производительность труда определяется количеством продукции, то есть суммой потребительных благ в натуральном их выражении, создаваемых рабочим в единицу времени. Это количество в свою очередь определяется целым рядом факторов, из которых одни стоят на стороне самого рабочего, а другие – на стороне производственной техники и общественной организации труда» [1, с. 239].

Таким образом, данный подход рассматривает понятие производительности труда с позиции терминообразующего фактора – труд. Кроме того, первый подход сужает рассматриваемое понятие, так как для понимания сущности определения недостаточно описание только результата деятельности. Однако, с другой стороны, данное толкование не перегружает понятие, а лишь опирается на наиболее значимый элемент во всех определениях – количество продукта, то есть результат эффективной деятельности человека.

Производительность труда изучается не только с экономической, но и с социальной стороны. Так, ко второму блоку определений отнесем понятия, в которых акцентируется вклад производительности труда в жизнь общества. Приверженцами данного подхода являются И. И. Борщевский, В. А. Трухова и др. Они говорят, что производительность труда – это категория общественного производства. Она выражает эффек-

тивность деятельности человека в особых социально-экономических условиях, присущих данным производственным отношениям [2, с. 57]. И как показывает практика, мировыми лидерами становятся не те страны, которые богаты материальными, энергетическими ресурсами, а те, где высока производительность труда.

К третьему блоку относят определения производительности труда, основанные на техническом подходе. Здесь производительность труда ставится в зависимость от вводимых ресурсов и полученных результатов. Сторонниками этого подхода являются Г. Г. Меликьян, Р. П. Колосова и др. Данный подход нельзя считать ошибочным, однако четко прослеживается его однобокость, что не раскрывает категорию производительности труда в связи с потребностями общества.

Четвертый блок определений производительности труда основывается на естественных науках. Здесь производительность труда – это количество труда в единицах энергии, которую затрачивает работник в процессе труда. С. А. Подолинский в своей работе «Труд человека и его отношение к распределению энергии» писал, что: «процессом, который характеризуется коэффициентом полезного действия свыше ста процентов, является человеческий труд; процесс человеческого труда есть такой особенный процесс природы, который можно считать усилителем мощности...производительность труда человека значительно увеличивается потреблением этого труда на превращение низших родов энергии в высшие» [3, с. 33]. Отличием данного подхода от предыдущих является то, что при оценке количества труда берутся во внимание также затраты энергии, что позволяет уйти от формальных оценок производительности труда. Данный подход является актуальным, так как он позволяет учесть не только влияние физического труда на повышение экономических показателей, но и роль умственного труда.

Плюсом данного блока определений является наличие связи между физическим и интеллектуальным трудом, что влияет на производительность труда.

В отдельный блок классификации определений производительности труда можно выделить философский подход. Исходя из того, что теория труда рассматривается в динамике, производительность труда – это процесс, который происходит во времени и пространстве. С позиции элементаристского подхода производительность труда рассматривается как система, которая обладает целостностью, то есть «такими свойствами системы, которые не присущи составляющим ее элементам» [4, с. 671]. Например, если взять в качестве элементов производительности труда выпуск продукции и затраты на него, то это не будет являться производительностью труда. К системным свойствам производительности труда можно отнести эффективность. Поэтому в определении производительности труда нужно использовать эту характеристику.

Из вышесказанного следует, что производительность труда – сложное понятие, требующее систематизации имеющихся определений. Сложность в формулировке лаконичного определения связана с тем, что существует несколько подходов, каждый из которых имеет свои плюсы и минусы.

В любом случае производительность труда следует рассматривать как экономический показатель эффективности, учитывать при этом общественную значимость произведенного товара (услуги) в определенный период времени, а не просто как показатель интенсивности использования персонала.

Список использованной литературы

- 1 Струмилин, С. Г. Проблемы экономики труда / С. Г. Струмилин. – М. : Наука, 1957. – 396 с.
- 2 Складская, В. А. Экономика труда: учебник / В. А. Складская. – М. : Дашков и К°, 2018. – 304 с.
- 3 Мочалов, И. И. Мыслители отечества. Подолинский Сергей Андреевич / И. И. Мочалов. – М. : Ноосфера, 1991. – 86 с.
- 4 Математика и кибернетика в экономике. Словарь-справочник. – 2-е изд., перераб и доп. – М. : Экономика, 1975. – С.671.

К. А. ДУБКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Панова,**

канд. экон. наук, доц.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ТПРУП «ФАРМАЦИЯ»

Повышение эффективности использования трудовых ресурсов приводит к росту производительности труда, сокращению численности персонала и экономии фонда заработной платы [1, с. 123].

На примере Гомельского ТПРУП «Фармация» рассмотрим несколько путей повышения эффективности использования трудовых ресурсов.

Гомельское торгово-производственное республиканское унитарное предприятие «Фармация» представляет собой стабильно развивающуюся организацию здравоохранения, органом управления которой является Министерство здравоохранения Республики Беларусь. Численность работников предприятия насчитывает около 1200 человек. Гомельское ТПРУП «Фармация» является организацией по торговле и производству готовых лекарственных форм и изделий медицинского назначения. Основное направление деятельности Гомельского ТПРУП «Фармация» – обслуживание пациентов по бесплатным и льготным рецептам лекарственными средствами.

Основным экономическим показателем оценки эффективности труда в организации является производительность труда. Динамика и уровень производительности труда находятся в зависимости от многих факторов, обусловленных организационными, экономическими и техническими условиями развития производства и торговли.

Все факторы, которые влияют на производительность труда, можно подразделить на внешние и внутренние факторы. К внешним факторам можно отнести уровень развития производства товаров и насыщенности рынка товарной массой, изменение конъюнктуры рынка динамика денежных доходов населения и розничных цен на товары, конкуренция на рынке и т. д. На внешние факторы организация не может оказывать влияние, в отличие от внутренних. К внутренним факторам относятся: состояние материально-технической базы; уровень технической оснащенности торгового предприятия; организация торгово-технологического процесса; организация и уровень механизации труда; привлечение и закрепление молодых кадров; квалификация работников и т. д.

Например, если направлять работников на курсы повышения квалификации, то это позволит повысить работнику квалификационную категорию, что приведет к увеличению его заработной платы. Однако, общая сумма расходов на оплату труда в составе затрат организации при этом может сократиться, поскольку работник с более высокой квалификацией может совмещать несколько обязанностей. Совмещение нескольких обязанностей позволит уменьшить число работников в аптеках и приведет к уменьшению фонда заработной платы работников организации. Данное изменение в фонде заработной платы работника способствует сокращению расходов на оплату труда, т.к. в аптеке, например, будет работать 1 человек вместо 2. Уменьшится сумма отчислений от фонда заработной платы работников, и это приведет к снижению затрат в организации.

Еще одним важным резервом повышения производительности труда является экономия рабочего времени. В Гомельском УП «Фармация» основное рабочее время рецептара – это время обслуживания им покупателей, вспомогательное – выкладка товара, время на доставку товаров из комнат хранения в торговый зал, на подсчет кассы. Наличие перерывов в работе по субъективным причинам характеризует низкий уровень организации труда, в том числе несоблюдение профессиональной этики работника Гомельского УП «Фармация». Весомым фактором роста производительности труда является сокращение подобных перерывов в работе сотрудника.

В ходе анализа было выявлено, что одним из факторов, способствующих росту производительности труда, является стабильность и постоянство кадров. Поэтому работа с увольняющимися работниками, и разработка мероприятий по сокращению текучести кадров на Гомельском УП «Фармация» являются важными задачами работы с персоналом.

Высокий уровень оборота текучести кадров и рабочей силы можно объяснить ростом коэффициентов движения трудовых ресурсов в Гомельском УП «Фармация», и в частности, коэффициента сменяемости, что является негативной тенденцией для организации. Рост коэффициента текучести кадров в организации, обусловлен увольнением работников в основном по собственному желанию. Причинами этого, в первую очередь, явились выход на пенсию, смена места жительства (переезд), возможность более высоко заработка или карьерного роста в других организациях и др. Высокий коэффициент текучести кадров вреден для деятельности организации, так как высококвалифицированные работники часто увольняются и не происходит их равноценная замена.

Для сокращения текучести кадров предлагаются мероприятия: постоянный анализ и корректировка кадровой политики, а также заработной платы; разработка методологического и теоретического фундамента модели мотивации; организация торгово-технологического процесса; организация и уровень механизации труда; привлечение и закрепление молодых кадров; направлять работников на курсы повышения квалификации.

Для управления персоналом организации на основе мотивации необходимо выявить склонности и интересы работника с учетом его персональных и профессиональных способностей, определение мотивационных возможностей и альтернатив в коллективе и для конкретного работника. Причем эффект увеличивается, если сотрудник имеет возможность принять непосредственное участие в разработке соответствующей программы.

Сущность мотивации труда заключается во влиянии стимулов труда на интересы работника. Все названные мероприятия содействуют повышению экономической эффективности использования трудовых ресурсов и, в конечном счете, повышению реализации товаров в организации.

Список использованной литературы

1 Воробьев, И. П. Экономика и управление организацией (предприятием) / И. П. Воробьев, Е. И. Сидорова, А. Т. Глаз. – Минск : В. Т. Квилория, 2014. – 372 с.

Н. М. ЗЫК

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)

Науч. рук. **Л. К. Климович,**

канд. экон. наук, доц.

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ГОМЕЛЬСКИЙ ХИМИЧЕСКИЙ ЗАВОД»

Развитие и распространение цифровых технологий в цифровой экономике на протяжении уже длительного периода определяет направления развития экономики и общества. Развитие цифровых технологий приводит к кардинальным изменениям, как в жизни людей, так и экономики государства. Поэтому становление цифровой экономики в настоящее время является одним из приоритетных курсов развития для большинства экономически успешных стран.

ОАО «Гомельский химический завод» является одним из ведущих предприятий нефтехимической отрасли Беларуси и единственным крупным производителем фос-

форсодержащих минеральных удобрений (более 95 % в производстве). Также предприятие специализируется на выпуске продукции неорганического синтеза.

На сегодняшний день производственные мощности предприятия включают в себя цех фосфорной кислоты, сернокислотный цех, три цеха по выпуску фосфорных удобрений – цех двойного суперфосфата (в том числе отделение малотоннажной химии), цех гранулированного аммофоса и цех сложносмешанных минеральных удобрений, а также цех фтористого алюминия.

Стратегия продаж по Обществу формируется исходя из наличия платежеспособного спроса на внутреннем и внешнем рынках по фосфорным удобрениям, являющимися доминирующими в производстве.

В последние годы ОАО «Гомельский химический завод» расширяет практику применения NPK-удобрений в Республике Беларусь и переориентации внутреннего рынка Республики Беларусь с NP-удобрений на NPK-удобрения. В настоящее время предприятие имеет возможность выпускать большой ассортимент комплексных NPK-удобрений, имеющих в своем составе разное соотношение азота, фосфора и калия с введением, при необходимости, и микроэлементов. Наблюдается тенденция увеличения спроса на АФК удобрений сельскохозяйственными потребителями Республики Беларусь. Необходимость интенсификации использования комплексных NPK-удобрений внутренними сельхозпроизводителями обуславливается преимуществом их использования перед одинарными удобрениями: возможность введения в состав макро-, микро- и мезо-элементов, регуляторов роста растений, все элементы включены в одну гранулу в оптимальном соотношении, с учетом почвенного плодородия и биологических особенностей культуры; обеспечивается сбалансированное минеральное питание сельскохозяйственных культур, равномерность внесения удобрений по площади поля, что способствует повышению урожайности (на 7 – 20 % в зависимости от культуры и условий года), при одновременном улучшении качества растениеводческой продукции.

Из контролируемых агрохимической службой Республики Беларусь показателей плодородия почв наиболее острая проблема – в обеспеченности пахотных земель фосфором, содержание которого значительно меньше нижней границы оптимальных параметров (200—300 мг/кг почвы). Поэтому именно фосфор в последние годы становится одним из важных факторов, лимитирующих урожайность сельскохозяйственных культур. На это указывает и динамика утверждаемых Советом Министров объемов ежегодного приобретения, накопления и внесения субъектами агропромышленного комплекса фосфорных удобрений.

Номенклатура NP и NPK удобрений на экспорт достаточно широка, предприятие в состоянии выпускать более 40 марок с добавлением макро и микроэлементов.

В глобальном контексте для Общества в качестве продуктовой стратегии принята стратегия разработки и предложения диверсифицированных видов продукции (NPK и NP различных марок) для отдельных рынков или сегментов.

Учитывая приоритеты Правительства страны по развитию сельского хозяйства Республики Беларусь, экспорт минеральных удобрений Общества определяется по остаточному принципу, исходя из планируемых объемов производства и поставок на внутренний рынок Республики Беларусь.

Основные целевые товарные рынки Общества: Украина, Литва, Польша. Данные рынки выбраны на основе анализа маржинальности с учетом транспортной составляющей и уровнем цены целевого рынка. Однако, диверсификация – важный элемент стратегии компании.

Конкурентное окружение реализации фосфорных удобрений на основных экспортных рынках

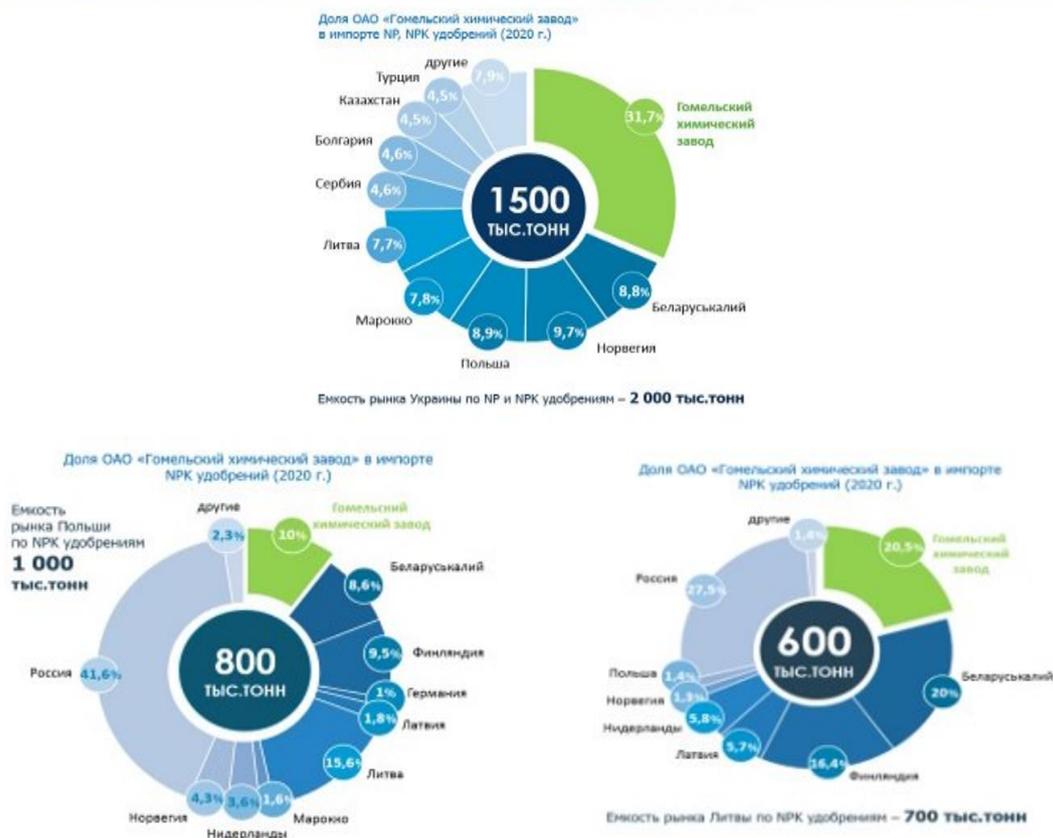


Рисунок 1 – Конкурентное окружение ОАО «Гомельский химический завод»

ОАО «Гомельский химический завод» следует мировой практике и значительное внимание уделяет выбору торговых посредников, максимально близких к конечному потребителю и способных в наибольшей степени удовлетворить их запросы. Невозможность работы исключительно с конечными потребителями объясняется тем фактом, что на целевых рынках Общества более 90 % занимают сельхозпроизводители с земельным фондом до 100 гектар [1].

Работа с небольшими сельхозпотребителями, составляющими основную массу, требует распыления поставок на мелкооптовые и розничные партии товаров, что требует наличие целого комплекса соответствующей инфраструктуры.

В современных условиях преимущество в конкурентной борьбе получает наиболее быстро адаптирующаяся к окружающей среде компания независимо от сферы и масштабов деятельности. В целях эффективной организации работы по поиску и выбору новой идеи для стратегического развития и реализации замысла в условиях ограниченного времени и ресурсов нужна новая методология обоснования и проектирования предстоящего комплекса работ.

Список использованной литературы

1 Информационно-аналитическое агентство «Хим-Курьер» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://chem-courier.com/>. – Дата доступа: 22.01.2022.

О. С. КЛИМКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого)

Науч. рук. **Л. Л. Соловьева,**

канд. экон. наук, доц.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ПОСРЕДСТВОМ ВНЕДРЕНИЯ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЯ

На сегодняшний день в условиях конкурентной рыночной экономики каждому предприятию необходимо уделять внимание маркетинговой деятельности, в частности разработке маркетинговой стратегии. От качества и правильности выбранной стратегии зависит положение организации на рынке. Следовательно, тема разработки стратегии маркетинга промышленного предприятия является актуальной для всех предприятий различных отраслей промышленности, в том числе отрасли строительства. А ее целью является совершенствование стратегии продвижения предприятия ОАО «Гродножилстрой» через использование инструментов интернет-маркетинга.

На официальном сайте предприятия ОАО «Гродножилстрой» [1] слабо развита обратная связь с потребителями, всё взаимодействие «покупатель – продавец» происходит исключительно через личное, прямое взаимодействие. Следовательно, в связи с этим возникают некоторые факторы, сдерживающие или ограничивающие потребление и получение прибыли предприятием, такие как:

- отсутствие возможности потребителя присутствовать лично при выборе товара (квартиры) из-за удаленности от места нахождения продавца (компании) или других причин (физические ограничения потребителя, отсутствие экономических возможностей для перемещения на большие расстояния, закрытые границы);

- нематериальные издержки, связанные с использованием дополнительного рабочего времени работников предприятия для общения по поводу выбора товара (квартиры), как следствие уменьшение эффективности работы предприятия и производительности труда работников отдела продаж;

- материальные издержки, связанные с оформлением бронирования и физическим оформлением каталогов продукции (планировок квартир).

Таким образом, чтобы исключить данные негативные факторы, необходимо внедрение платформы для онлайн-бронирования на сайте предприятия.

Суть данного мероприятия заключается в создании раздела на сайте организации, в котором будет находиться каталог домов и квартир, находящихся на данный момент в продаже, кроме того, в разделе можно будет забронировать понравившуюся квартиру, не выходя из дома при условии, если она не была забронирована или куплена кем-то ранее (что также будет отражаться в данном разделе сайта). Бронирование квартиры в данном случае предполагает закрепление определенной квартиры за конкретным пользователем сайта на срок до пяти дней. Если в течение данного срока не производится заключение договора на покупку квартиры, то бронь автоматически снимается, в ином случае квартира из забронированных переводится в статус купленных.

Одной из положительных сторон проведения данного маркетингового мероприятия является низкий уровень затрат на само мероприятие по отношению к предполагаемой прибыли. Так, создание платформы для онлайн-бронирования квартир, а также размещение её на официальном сайте компании будет поручено внештатному работнику, на условиях сдельной формы оплаты труда. На белорусском рынке IT-услуг выполнение данного задания может стоить от 800 до 5 000 руб. в зависимости от условий заказчика и квалификации исполнителя [2].

Учитывая то, что платформа не предполагает внесение оплаты, не требуется создавать новый сайт, так как мероприятие будет организовано на основе уже имеющихся сайта компании и каталога продукции, уровень сложности задания для наемного специалиста можно назвать средним. А также предполагается наём средне- или высококвалифицированного работника, следовательно общие затраты на проведение рассматриваемого маркетингового мероприятия единоразовые и составят около 2 500 руб. А также предприятию потребуется уплатить налог за наём сотрудника в размере 35 % от его ставки, что составит 875 руб. ($2500 \times 0,35$).

Рассчитаем предполагаемую выручку от реализации квартир после проведения данного мероприятия. Для этого пригласим экспертов. По мнению экспертов, выручка от проведения мероприятия увеличится на 9,63 %, что составляет 32 134 тыс. руб. (за базовую выручку берем данные за 2020 год, тогда выручка составила 33 3691 тыс. руб.).

Рассчитаем прибыль по формуле (1).

$$\Pi = \frac{(B \times P)}{(100 \% + P)} \quad (1)$$

где Π – прибыль от проведения маркетингового мероприятия,
 B – выручка от реализации квартир после проведения мероприятия,
 P – рентабельность продукции.

Рентабельность продукции берем такую же, как за 2020 год: 17,9 % (предполагаем, что работа предприятия в 2022 году будет такой же).

$$\Pi = \frac{(32\,134 \times 17,9)}{(100 + 17,9)} = 4\,878,7 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем эффект по формуле (2):

$$\mathcal{E} = \Pi - \mathcal{Z} \quad (2)$$

где \mathcal{E} – экономический эффект от проведения мероприятия,
 Π – прибыль от проведения маркетингового мероприятия,
 \mathcal{Z} – общие затраты на мероприятие.

$$\mathcal{E} = 4\,878,7 - (2,5 + 0,875) = 4\,875,3 \text{ тыс. руб.}$$

Проведенное исследование позволит сделать следующий вывод, что при внедрении на веб-сайт платформы для онлайн-бронирования, предприятие получит эффект в размере 4 875,3 тыс. руб. Затраты на это мероприятие составят 3 375 тыс. руб.

Таким образом, внедрение на официальный веб-сайт предприятия платформы для онлайн-бронирования, как следствие оптимизация работы отдела продаж повысит скорость реализации и качество обслуживания, поспособствует увеличению объема продаж и числа потребителей, что в результате увеличит прибыль.

Список использованной литературы

- 1 Официальный сайт предприятия ОАО «Гродножилстрой» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://www.ghb.by/>. – Дата доступа: 11.01.2022.
- 2 Интернет-ресурс биржи фриланса [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.fl.ru/projects/category/programmirovanie/>. – Дата доступа: 11.01.2022.

А. Н. МАСЛЮКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. Н. Семенюга,**

д-р техн. наук, проф.

СТАНДАРТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ

В настоящее время слово «проект» стало очень популярным. В печатных изданиях часто можно прочитать, а с экранов телевизоров услышать, например, такие фразы, как: «Предприятия Республики Беларусь нуждаются в ускоренной реализации инновационных проектов», «Объявлен конкурс инвестиционных проектов» и т.д.

Из названия любого проекта прямо следует, что у каждого из них есть своя цель, которую нужно достичь за определенное время. Отсюда вытекает объективная необходимость так организовать выполнение проекта, чтобы достичь его целей в установленные сроки, не выходя за рамки имеющегося бюджета с учетом реально складывающейся по ходу проекта ситуации, то есть управлять проектом.

До относительно недавнего времени управление проектом считалось искусством, требующим сплава природного дара, ума, воли, жизненного опыта. Однако с накоплением опыта управления всевозможными проектами пришло осознание того факта, что при управлении проектами могут и должны использоваться соответствующие научно обоснованные методы. Именно это привело к тому, что примерно в середине XX века сформировалось новое научное направление под названием «Управление проектами» (в англоязычной литературе «Project Management»), которое занимается изучением и разработкой методов и средств, позволяющих обеспечить эффективное управление проектами разных типов и масштабов; источник [1, с. 10].

Приобретенный в этой области знаний опыт привел к появлению в разных странах соответствующих официальных документов (фактически стандартов), в которых описываются действия участников проектов, которые, по утверждению разработчиков таких документов, существенно повышают шансы на успешную реализацию различных проектов.

В качестве примеров таких документов можно привести следующие:

– «Свод знаний по управлению проектами» (Guide to the Project Management Body of Knowledge – PMBOK Guide), который является неофициальным стандартом по управлению проектом в США;

– Рекомендация «Projects in Controlled Environment, second version» (PRINCE2), которая является фактическим стандартом по управлению проектом в Англии;

– Международный стандарт ISO/IEC 15288:2002 «System engineering – System life cycle processes» («Системная инженерия. Процессы жизненного цикла систем»), в котором описываются принципы создания сложных искусственных систем;

– Международный стандарт ISO 10006:2003 «Guidelines for Quality Management in Projects» (руководство по менеджменту качества при проектировании);

Рекомендация «HERMES 2003 – Management and Execution of Projects in Information and Communication Technologies» (Управление и исполнение проектов в области информационных и телекоммуникационных технологий), является официальным стандартом Швейцарии.

Управление реальными проектами, реализующимися в организациях и предприятиях Республики Беларусь, может быть организовано на основе любого этих стандартов и рекомендаций. При этом при управлении реальными проектами возникает задача выбора стандарта, на базе которого будет осуществляться управление.

Задача выбора стандарта для управления конкретным проектом по своей сути является неформализуемой. Именно поэтому на практике эта задача решается руководи-

телями проектов на основании здравого смысла, доступной информации, своего личного опыта, знаний и интуиции. С другой стороны, выбор используемого для управления проектом стандарта – это стратегическое решение, предопределяющее дальнейшее развитие проекта. Ошибка при принятии такого решения может поставить любое предприятие на грань выживания.

В связи с этим при выборе стандарта для управления конкретным проектом можно предложить использовать методы поддержки решений, которые активно развиваются в последнее время; источник [2, с. 33].

В докладе приведен пример выбора организации управления проектом в области информационных технологий с использованием, хорошо зарекомендовавшим себя на практике метода аналитической иерархии; источник [3, с. 67].

Список использованной литературы

- 1 Управление проектом. Основы проектного управления / М. Л. Разу [и др.]. – М. : КНОРУС, 2011. – 768 с.
- 2 Жогаль, С. П. Методы принятия решений и экспертного выбора: практич. пособие / С. П. Жогаль, Д. В. Ратобильская, Т. Я. Каморникова. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2016. – 46 с.
- 3 Саати, Т. Л. Аналитическое планирование. Организация систем / Т. Л. Саати, К. Кернс. – М. : Радио и связь, 1991. – 224 с.

А. П. МИТРАХОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого)

Науч. рук. **Р. И. Громыко,**

канд. экон. наук, доц.

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА ОТНОШЕНИЙ

На сегодняшний день любому вузу необходима хорошая конкурентоспособность на рынке высшего образования, т.к. от этого зависит качество выпускаемых специалистов и стабильный набор абитуриентов. Большинство белорусских вузов находятся в жесткой конкуренции. Это связано с тем, что многие учреждения образования предлагают идентичные специальности, выпускники вузов на рынке труда сталкиваются с конкуренцией и др.

На формирование рынка образовательных услуг оказывают влияние факторы как со стороны спроса, так и предложения. На спрос влияет количество выпускников, их желания в выборе той или иной профессии и т.д. Предложение представляет собой набор специальностей, которые изменяются в течение некоторого времени. При этом спрос является более гибким, а предложение устойчивым. Кроме самой структуры рынка имеют место и иные факторы: место проживания студента, стоимость обучения, расположение вуза и т.д. Таким образом, анализ данных факторов необходим для формирования маркетинговой стратегии образовательного учреждения.

Целью данной работы выступает анализ конкурентоспособности вуза с учетом маркетинга отношений.

Успешное положение вуза на рынке образовательных услуг, зависит, прежде всего, от качества преподавания и возможности выпускников иметь конкурентные преимущества на рынке труда [1]. Поэтому основными задачами вуза должны стать: улучшение востребованности выпускников, перспективы их карьерного роста по специальности. Более подробно конкурентные преимущества вуза рассмотрены на рисунке 1:



Рисунок 1 – Модель конкурентоспособности вуза

Конкуренция на рынке образовательных услуг выступает одним из основных факторов необходимости учета требований потребителей. Повышение конкурентных преимуществ поможет более детально сегментировать рынок, а оценка вышеназванных факторов необходима для выстраивания маркетинговой стратегии вуза.

Приоритетными направлениями маркетинговой стратегии в образовании, по мнению Захаровой И.В., выступают товарная политика, состав и квалификация персонала, а также процессы образовательной деятельности [2].

Товарную политику вуза можно представить в несколько этапов. Первый этап – оценка спроса на образовательные продукты вуза. Данную информацию можно анализировать с помощью имеющихся заявок от заказчиков и данными прошлых лет о спросе на выпускаемых специалистов. Второй этап – управление ассортиментом имеющихся продуктов (открытие новых специальностей, закрытие невостребованных и др.). Третий этап заключается в управлении качеством образовательных продуктов (анализ слабых и сильных позиций вуза, оценка восприятия данного образования со стороны потребителей и др.).

Конкурентоспособность образовательных услуг имеет свои особенности, вызванные спецификой предоставления образовательного продукта. Сохраняя особенности предоставления услуги как таковой, образовательная услуга предполагает включенность студента в процесс ее предоставления, что во многом определяет качество предоставленной услуги и степень удовлетворенность потребителя.

В связи с этим среди маркетинговых инструментов особую значимость имеют маркетинговые отношения. К ним относят следующие: управление ценностью услуги, ее значимостью для потребителя; управление субъективным восприятием услуги, формированием устойчивого положительного образа услуги); управление потребительской лояльностью. По нашему мнению, потребитель образовательной услуги влияет на ее качество, поэтому необходимо выделить такой инструмент отношений как управление процессом предоставления образовательной услуги.

В маркетинге отношений образовательного учреждения можно выделить три этапа:

- взаимодействие с абитуриентами, предъявляющими спрос на образовательные услуги;
- взаимодействие с обучающимися в процессе обучения;
- взаимодействие с потребителями образовательного продукта ВУЗа – потребителями кадров.

Эти этапы условно составляют элементы внутреннего маркетинга, направленного на оптимизацию образовательного процесса и создание качественной образовательной услуги, и элементы внешнего маркетинга, предполагающего выстраивание отношений с внешней средой.

В конкурентоспособности вуза маркетинг отношений помогает выбрать необходимую технологию обучения, обеспечить устойчивый спрос абитуриентов на специальности, установить индивидуальные конкурентные преимущества вуза.

На наш взгляд, положительным в развитии конкурентных преимуществ вуза было бы создание и развитие партнерских взаимоотношений нескольких вузов. Европейский опыт показывает, что преимуществом такой модели является доступ студентов к необходимым программам, которые имеются только в каком-то определенном вузепартнере.

Итоговой целью маркетинговой стратегии выступает формирование и развитие нового уровня конкурентоспособности, создание положительного имиджа вуза. Невозможно определить индивидуальную маркетинговую стратегию без учета маркетинга отношений и маркетинговых инструментов. Индивидуализация форм взаимодействий позволяет создать положительный образ как вуза, так и образовательного продукта у потребителей.

Список использованной литературы

1 Конкурентоспособность вузов [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://studref.com/543809/menedzhment/konkurentosposobnost_vuzov. –Дата доступа: 12.01.2022.

2 Захарова, И.В. Маркетинговые инструменты в современном вузе: тенденции исследований / И. В. Захарова // Высшее образование в России. – № 6. – 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-instrumenty-v-sovremennom-vuze-tendentsii-issledovaniy/viewer>. – Дата доступа: 12.01.2022.

А. С. МОИСЕЕВА

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **Л. Л. Скворцова**

ИЗУЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИИ СЕГМЕНТИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ СОАО «КОММУНАРКА»)

В настоящее время создание продукта уже не такое беспрецедентное и уникальное, как раньше. Создание чего-то нового всего полвека назад произвело бы революцию и принесло изобретателям максимальную прибыль. Сейчас главное не создание, а умелое и эффективное продвижение товара. В этом смысле успех компании на рынке будет зависеть от правильной ориентации сегментов, которые она может эффективно обслуживать. Сегментирование рынка – выделение в пределах рынка четко обозначенных групп потребителей, различающихся по своим потребностям, характеристикам или поведению, для обслуживания которых могут потребоваться определенные товары или маркетинговые комплексы [1, с. 510].

Сегодня по ряду причин наблюдается постоянное изменение моделей поведения потребителей. Так, несмотря на хорошие показатели кондитерской фабрики «Коммунарка» на 2021 год, проблемы, вызванные Covid-19, сохраняются. Например, согласно данным опроса компании SATIO, 45 % респондентов акцентировали внимание на снижении своих доходов, из-за чего были сокращены практически все расходы, кроме жизненно необходимых категорий товаров и услуг. Также в период пандемии люди больше начали задумываться о здоровье, и в связи с этим наблюдается значительный рост популярности тренда о здоровом образе жизни. Поэтому основной задачей в области производства кондитерских изделий будет поиск баланса между здоровым и привлекательным продуктом.

Но также можно отметить и сохранение существующих моделей поведения, поэтому главная задача компаний сегодня – найти баланс между новыми и старыми предпочтениями.

СОО «Коммунарка» ориентируется на разные категории потребителей, производя как дешевую продукцию (карамель, ирис, драже), так и роскошные сувенирные наборы конфет. По словам начальника отдела маркетинга и рекламы ОАО «Коммунарка» Екатерины Захорошко, ставка на разные категории потребителей себя оправдывает в первую очередь потому, что «Коммунарка» – предприятие крупное [2].

Проведенный анализ таких брендов, как «Любимая Аленка», «Столичный», «Сорванец», «Президент», «Коммунарка» свидетельствует, что наиболее затрагиваемые сегменты – это взрослые и дети. Такой сегмент как молодежь «Коммунарка» только начинает рассматривать. Примером может быть шоколад «LuckyChucky» выпущенный в 2021 году.

Исследования показывают, что молодое поколение тратит больше денег, чем старшее. Они лояльны к брендам и прекрасно знают их плюсы и минусы, предпочитают надежные бренды, соответствующие их стилю жизни. По мере того, как со временем меняются поколения, преимущество на рынке достанется тому, кто выиграет битву за сердца и умы этих потребителей. Для выявления сегментов потребителей кондитерских изделий «Коммунарка» среди молодежи, мы провели опрос.

В нашем опросе приняли участие 72 респондента, из которых 87,5 % являются потребителями компании. Опрос разделялся на две части, в первой части мы узнавали отношение к продукту, а во второй демографические и психографические признаки.

После анализа полученных результатов мы выявили два сегмента потребителей с помощью метода 5W Шеррингтона + Khramatrix, которые рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1 – Модели 5W + Khramatrix

Вопрос	Группа 1	Группа 2
What (Что?)	Конфеты (шоколадные, вафельные, с помадными начинками, на фруктозе)	Шоколадки
Who (Кто?)	Девушки (18 – 25 лет)	Парни (18 – 25 лет)
Вопрос	Группа 1	Группа 2
Why (Почему?)	Для снятия стресса/улучшения настроения	Для снятия стресса/улучшения настроения
When (Когда?)	Один раз в месяц или реже	Несколько раз в месяц
Where (Где?)	Интернет, социальные сети, торговые центры	Интернет, социальные сети
Описание целевой аудитории	Девушки 18 – 25 лет, со средним/высшим образованием, уровень дохода средний	Парни (18 – 25 лет), со средним/высшим образованием, уровень дохода средний
Поведенческие особенности	Преимущественно ведут здоровый образ жизни, к наиболее важным ценностям в жизни относят здоровье, материальное положение, общение, лояльны к цене, важнее вкусовые качества товара, предпочитают отечественные кондитерские изделия	Преимущественно ведут умеренный образ жизни, к наиболее важным ценностям в жизни относят здоровье, дом и уют, материально благополучие, стабильность, удовольствия, менее лояльны к цене, важнее вкусовые качества товара
Готовность к покупке	Готовы	Готовы
Целевое действие	Совершить продажу	Совершить продажу

Благодаря разделению полученных данных на сегменты компания может определить конкретные методы продвижения для соответствующих сегментов. Например, в связи с наиболее частой покупкой продукции первым сегментом в супермаркетах или гипермаркетах целесообразно рассматривать проведение различных выставок или дегустаций в торговых центрах. Кроме этого, на данную группу потребителей необходимо больше воздействовать через интернет ресурсы.

Таким образом, исследование потребностей потребителей и выделение сегментов помогает компаниям направить ограниченные ресурсы и возможности организации в наиболее выгодные области ее использования. Сегментация рынка должна проводиться на регулярной основе, так как границы сегментов постоянно меняются. Однако сегментация рынка не должна быть самоцелью для организации. Его основная задача – ответить на вопрос, можно ли выделить устойчивые группы потребителей определенного товара.

Список использованной литературы

- 1 Основы маркетинга / Г. Армстронг [и др.]. – 4-е европ. изд. – М. : Вильямс, 2009. – 1 200 с.
- 2 История успеха бренда «Коммунарка» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/istoriya-uspekha-brenda-kommunarka/>. – Дата доступа: 20.01.2022.

Т. А. НАЗАРОВА

(г. Гомель, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации)
Науч. рук. **Л. К. Климович**,
канд. экон. наук, доц.

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ

Переход к постиндустриальному развитию требует совершенствования системы хозяйствования на всех уровнях. Развитие информационных технологий, получение постоянного доступа к сети Интернет все большего числа потребителей и перенос на автоматизированные информационные системы все большего числа функций традиционной системы хозяйствования делает возможным полноценный переход потребительской кооперации Республики Беларусь к рынку потребителя эффективным. Гибкость, возможность сокращения затрат, предоставляемая организациям современными информационными технологиями, позитивно сказывается на всех уровнях управления [1].

В инновационной экономике организации ведут свою деятельность в динамичной внешней среде, что влечет за собой необходимость использования принципиально новых подходов к управлению организацией и внедрению инновационных решений на всех этапах. Актуальность обусловлена тем, что наиболее распространенной формой внедрения инноваций в работу организаций является реализация инновационных проектов.

По результатам исследований по темам, финансируемым из инновационного фонда Белкоопсоюза, были разработаны рекомендации по типовым структурам управления, численности и штатам потребительских обществ, союзов потребительских обществ и унитарных предприятий. Внедрение отдельных результатов научно-исследовательских тем в новых условиях работы позволили продолжить реструктуризацию областных потребительских союзов в новых условиях [2].

По поручению Правления Белкоопсоюза и во исполнение решения Витебского областного исполнительного комитета в 2019 году создано Витебское областное потребительское общество. Его структурными подразделениями являются 7 филиалов и 7 унитарных предприятий. Виды деятельности – розничная торговля, общественное питание, заготовительная и производственная деятельность. Основной отраслью потребительской кооперации является торговля. Розничную сеть представляют 694 торговые предприятия, 469 объектов или 69 % расположены в сельской местности, из них в населенных пунктах с численностью жителей до 200 человек – 194. Кроме того, жителей малочисленных сельских населенных пунктов, не имеющих стационарной сети, обслуживает 116 автомагазинов. Материально-техническая база заготовок представлена 77 прие-

мозаготовительными пунктами, 10-ю специализированными хранилищами плодоовощной продукции, фруктов, складами вторичного и животноводческого сырья.

В облпотребобществе трудится 4,5 тыс. чел., ежегодно в бюджет и внебюджетные фонды перечисляется более 30 млн. руб. Свою стратегию облпотребобщество реализует в условиях снижения численности сельского населения, развития конкуренции не только в городах и крупных населенных пунктах, но и в сельской местности – основной зоне деятельности кооперации. В настоящее время в сельской местности количество торговых объектов конкурирующих структур в 2 раза превышает количество объектов потребительской кооперации (1 406 и 720), количество автомагазинов – в 1,3 раза (153 и 116). Снижение доходов сопряжено с введением ценового регулирования на ряд социально-значимых товаров, удельный вес, которых, составлял в производстве и реализации более 60 %. Розничный товароборот за 2021 год составил 218,2 млн. руб. Удельный вес потребительской кооперации в розничном товарообороте торговли области составляет 4,2 процента (это 4 место в системе Белкоопсоюза), удельный вес товаров отечественного производства в товарообороте – более 92 %. В отдельных регионах доля потребительской кооперации значительна. Так, в Бешенковичском районе удельный вес потребительской кооперации составляет 36,7 %, Ушачском – 36,2 %, Дубровенском – 26,2 %, Сенненском – 24 % и других. В последние годы сохраняется тенденция потери потребкооперацией своих позиций в товарообороте региона. Сокращение доли потребительской кооперации в товарообороте торговых предприятий области обусловлено активным развитием других торговых сетей, а также фирменной торговли производителей мясопродуктов и птицы на наиболее экономически выгодных площадках с высокими покупательскими потоками в райцентрах и городских поселках, вытесняя потребительскую кооперацию в сельскую местность. Территориальная разбросанность, удаленность, малонаселенность деревень – особенность Витебского региона, которая оказывает значительное влияние на формирование финансово-экономической стратегии развития потребительской кооперации. Выполняя социальную функцию, мы обеспечиваем доставку товаров в мелкие населенные пункты и хутора, расстояние до которых доходит до 150 км, неся при этом значительные затраты.

Витебским облпотребобществом принимаются меры по улучшению торгового обслуживания населения, увеличению объёмных показателей по всем отраслям деятельности, снижению затрат. За счет оптимизации маршрутов движения, сокращения пробега автотранспорта, контроля работы парка подвижного состава по средством GPS-мониторинга сокращена себестоимость грузоперевозок. Для повышения эффективности функционирования за счет оптимизации ассортимента товаров и ускорения оборачиваемости за 2021 год автоматизированы 37 торговых объектов и все торговораспределительные склады с оснащением программным продуктом LS Fusion.

В целях повышения экономической эффективности функционирования на 2022 год разработан бизнес-план, определены основные направления развития отраслей деятельности. Проведенная работа по реорганизации организаций системы потребительской кооперации Витебской области за период с 2017 по 2021 год позволила сократить количество убыточных предприятий на 12 единиц. Разработка инновационного проекта представляет собой организованную научно-исследовательскую работу прогнозно-аналитического и технико-экономического характера, связанную с постановкой цели разработки проекта, разработкой его концепции и оформлением. Развитие потребительской кооперации Витебской области в последние годы требовало принятия незамедлительных мер по совершенствованию организационной структуры, максимальной концентрации материальных и трудовых ресурсов.

Список использованной литературы

1 Климович, Л. К. Инновационное развитие деятельности и структуры сферы услуг Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Л. К. Климович // Эффективность сферы товарного обращения : сборник

научных статей VI Писаренковских чтений 20–21 октября 2020 г. / редкол. : С. Н. Лебедева [и др.] под науч. ред. Т. В. Гасановой, А. З. Коробкина. – Гомель: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2020. – С. 58 – 61.

2 Разработка рекомендаций по типовым структурам управления, численности и штатам потребительских обществ, союзов потребительских обществ и унитарных предприятий: VI отчет о НИР (заключ.) / Белкоопсоюз, БТЭУ; рук. Л. К. Климович. – Гомель : БТЭУ, 2005. – 387 с.

В. В. РУБАНОВ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Бабына,**

канд. экон. наук, доц.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности любая коммерческая организация, основной целью которой, согласно пункту 1 статьи 46 Гражданского кодекса Республики Беларусь, является извлечение прибыли и других финансовых и нефинансовых выгод, непрерывно связана с риском получения потерь (убытков), оказывающих негативное влияние на ее жизнедеятельность. В условиях обострения конкуренции во всех рыночных структурах, для обеспечения эффективной деятельности фирм, актуальным является создание и совершенствование комплексных систем управления финансовыми результатами. Управление финансовыми результатами в общем виде представляет собой особый набор возможностей и инструментов, которые включают в себя: определение ключевых показателей эффективности организации, формулирование тактических и стратегических планов и прогнозов, сбор и обработка информации о деятельности организации за определенные периоды времени, формирование отчетов, проведение сравнительного анализа фактических значений показателей с их плановыми (прогнозными) значениями, разработка и внедрение плана мероприятий по повышению эффективности работы предприятия [1].

В Республике Беларусь глобальные функции регулирования и управления, сбора и анализа статистической информации, а также координацию деятельности других государственных органов, иных организаций в этой области выполняет Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Самыми распространенными типами периодичностей представления статистической отчетности являются такие промежутки времени как месяц, квартал и год [2]. Многие крупные и средние предприятия подводят итоги своей деятельности в рамках проведения технико-экономических советов, за аналогичные промежутки времени, анализируя выполнение экономических показателей как правило за месяц, квартал, год. При этом, значительно меньше внимания уделяется обработке и анализу оперативных экономических данных за более короткие временные интервалы (например день, неделя).

Оперативные экономические данные – это информация, используемая в оперативном управлении и характеризующая производственные процессы в текущий (данный) период времени. К оперативной информации предъявляются серьезные требования по скорости поступления и обработки, а также по степени ее достоверности. Тщательная работа с оперативными экономическими данными позволит: (1) избежать ошибок, которые возникают на всех этапах системы управления финансовыми результатами.

К таким ошибкам можно отнести неправильно оформленные первичные учетные документы, которые в дальнейшем могут исказить точность расчета экономических показателей, что в свою очередь приведёт к принятию неправильных управленческих решений и, как следствие, к увеличению операционного, производственного и (или) фи-

нансового рисков; (2) осуществлять оперативный ежедневный контроль и анализ экономических показателей, выполняя тем самым превентивные меры контроля финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Схема управления финансовыми результатами с учётом внедрения циклов анализа оперативных экономических данных представлена на рисунке 1.

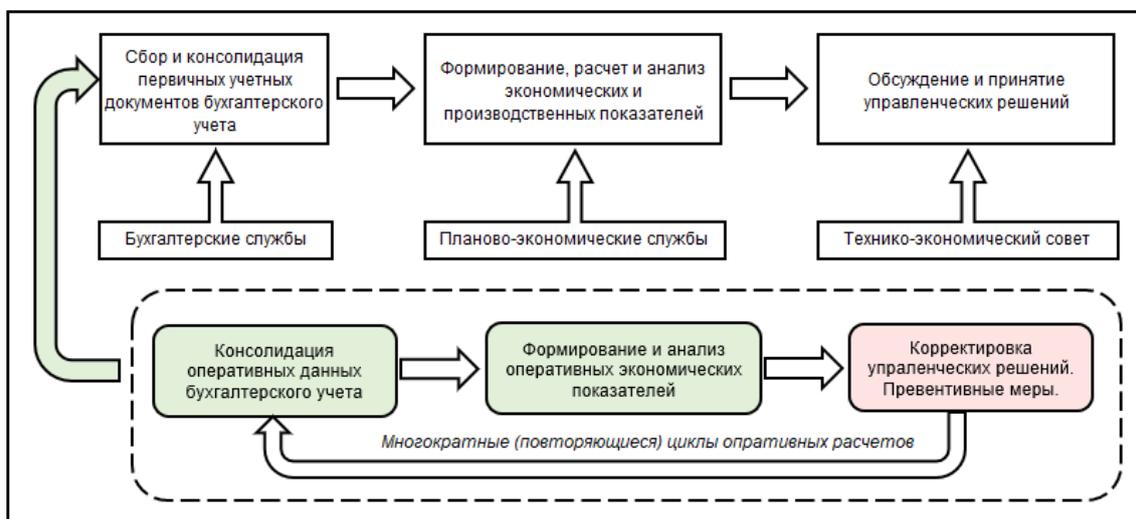


Рисунок 1 – Схема управления финансовыми результатами с учётом внедрения циклов анализа оперативных экономических данных

Поставщиком информации для оперативного управления организацией является именно управленческий учет, который представляет интересы исключительно внутренних пользователей и содержит информацию как в целом по предприятию, так и по отдельным технологическим процессам, видам продукции. От того, насколько быстро и качественно проводится обработка оперативной информации, во многом зависит успех и эффективность работы предприятия. Для осуществления этих целей, необходимо активно внедрять и использовать современные информационные технологии [1].

Программное обеспечение для управления финансовой эффективностью (далее – ПО), также известное как программное обеспечение для управления корпоративной эффективностью, оптимизирует процессы финансового управления. Это ПО объединяет бюджетирование, планирование, закрытие, консолидацию, отчетность и сведение информации в единый источник данных. Это позволяет пользователям выполнять эти задачи в одной программной системе, а не во многих отдельных системах. По сути, ПО консолидирует информацию, форматирует ее в соответствии с требованиями соответствия и предоставляет автоматизированные инструменты, которые позволяют создавать нормативные отчеты и раскрывать информацию. В дополнение к центральному хранилищу данных и инструментам рабочего процесса ПО имеет функции для создания, управления, проверки и публикации финансовых отчетов. Таким образом, можно сделать вывод, что использование схемы управления финансовыми результатами с учётом внедрения циклов анализа оперативных экономических данных в совокупности с внедрением ПО позволит предприятиям стать более гибкими, когда они сталкиваются с непредвиденными обстоятельствами, принимать более обоснованные решения и в будущем обеспечивать устойчивое развитие.

Список использованной литературы

1 What is financial performance management? [Electronic resource]. – 2022. – Access mode: <https://www.wolterskluwer.com/en/solutions/cch-tagetik/glossary/financial-performance-management>. – Access date: 16.01.2022.

2 Об утверждении Инструкции о порядке представления первичных статистических данных: постанов. Нац-го стат. к-та Респуб. Беларусь от 28 авг. 2015, № 100. [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/o-belstate/instr_100_26_12_2018.pdf. – Дата доступа: 16.01.2022.

О. В. СИНЯК

(г. Минск, Академия управления при Президенте Республики Беларусь)

Науч. рук. **А. О. Тихонов**,

д-р экон. наук, проф.

АНТИМОНОПОЛЬНЫЙ КОМПЛАЕНС КАК ЭЛЕМЕНТ В РАБОТЕ КОМПАНИЙ

Основой экономической политики и развития экономических отношений большинства стран мира является антимонопольное регулирование и законодательство о конкуренции, целью которого является профилактика и пресечение ограничительных деловых практик, которые тормозят экономическое развитие различных отраслей и экономики государства в целом.

В связи с этим на законодательном уровне большинства стран мира признаются общественно опасными деяния и запрещены такие действия, как картели и антиконкурентные сговоры и соглашения, злоупотребление доминирующим положением, а также иные действия, которые могут приводить к ограничению, устранению, ущемлению конкуренции.

В настоящее время наряду с императивным регулированием в сфере антимонопольного законодательства стали появляться механизмы и инструменты «мягкой силы», направленные на адвокатирование конкуренции, поощрение хозяйствующих субъектов самостоятельно предпринимать меры по соблюдению правил и требований антимонопольного законодательства, создание условий, при которых соблюдение антимонопольных запретов становится частью корпоративной культуры компаний.

Одним из таких инструментов, активно внедряемым в большинстве стран мира, стал антимонопольный комплаенс.

Развитие института антимонопольного комплаенса во многих странах мира в последние годы обеспечивается в том числе тем, что в силу значительных штрафов, развития и формирования института коллективных и частных исков о взыскании убытков с нарушителей антимонопольного законодательства, соблюдение антимонопольного законодательства становится более выгодным для компаний, чем его нарушение.

Многие государства в качестве поощрения внедрения системы антимонопольного комплаенса предоставляют «льготы» для компаний-нарушителей, что повышает справедливость антимонопольного контроля и обеспечивает снижение финансовой нагрузки на компании в тех случаях, когда нарушения совершаются в силу «незнания» или в связи с действиями отдельных «недобросовестных» должностных лиц, а не как часть политики компании на рынке соответствующего товара.

Важным мотивом для компаний для соблюдения антимонопольного законодательства становится желание осуществлять деятельность в соответствии с этическими принципами и поддержание деловой репутации.

С позиции стратегического управления, антимонопольный комплаенс – одно из направлений эффективного риск-менеджмента, предполагающего формирование таких управленческих технологий и процедур, которые будут соответствовать требованиям действующего законодательства, предотвращать возможные нарушения антимонопольного законодательства на стадии принятия решений о реализации тех или иных проектов и заключения тех или иных соглашений, а также выявлять допущенные

нарушения на ранней стадии, позволяя минимизировать потенциальный ущерб для экономики государства в целом и компании в частности.

Внедрение системы антимонопольного комплаенса благодаря взятым обязательствам бизнеса соответствовать конкурентным требованиям, позволит наряду с существующими нормами антимонопольного законодательства обеспечить соблюдение четких правил экономического поведения на рынке, позволит повысить результативность работы конкурентных ведомств, добиться снижения издержек государства, бизнеса и общества в целом, а также реализации эффекта сотрудничества, обеспечения общественной поддержки стимулированию конкуренции и в целом формирования комплексных технологий развития конкурентной культуры, являющейся неотъемлемой частью политико-правовой культуры в обществе.

В ряде стран ЕАЭС, например в Российской Федерации, Республике Казахстан, институт антимонопольного комплаенса внедрен на законодательном уровне. И для дальнейшего развития права ЕАЭС, обеспечения добросовестной конкуренции на трансграничных рынках ЕАЭС, построение системы антимонопольного комплаенса необходимо и на наднациональном уровне.

В Республике Беларусь Закон Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-З «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» не предусматривает норм антимонопольного комплаенса [1]. При этом, обсуждение данного института ведется как на площадке Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (далее – МАРТ), так и на научных конференциях и т.д.

Например, в 2018 году Министр антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь В.В. Колтович на конференции «Антимонопольное регулирование в странах ЕАЭС» отметил, что крупнейшим предприятиям-экспортерам нужно создавать свои службы антимонопольного комплаенса [2], а в 2019 году подтвердил, что считает одним из приоритетов внедрение антимонопольного комплаенса [3].

Также на сайте МАРТ есть ссылка на то, что одним из мало используемых в Республике Беларусь превентивных антимонопольных методов, разрабатываемых самими участниками рынка, является антимонопольный комплаенс, и приведен пример того, что с учетом ежегодно рассматриваемых заявлений о нарушении антимонопольного законодательства на товарном рынке приемно-контрольных охранных приборов МАРТ производителям таких приборов направлены предложения по разработке и принятию локальных правовых актов, направленных на минимизацию рисков нарушения антимонопольного законодательства. Предложения МАРТ были реализованы – компании разработали локальные акты, которыми определены обязательства и меры, направленные на развитие конкуренции и снижение рисков нарушения антимонопольного законодательства [4].

Таким образом, механизм предупреждения антимонопольных рисков выгоден как компаниям-участникам рынка, так и антимонопольным органам, так как для компаний важным является не нарушить нормы права, а антимонопольным органам важно видеть, что бизнес не только устраняет допущенные нарушения правил конкуренции, но и корректирует свои бизнес-процессы для предотвращения нарушений в будущем.

Список использованной литературы

1 О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции: Закон Респ. Беларусь от 12 дек. 2013 г. № 94-З // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – 2013. – 2/2092.

2 Экономическая газета [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/spaset-li-samokontrol-ot-narushenij>. – Дата доступа: 20.01.2022.

3 Бизнес Лидер [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://profi-forex.by/news/entry5000041489>. – Дата доступа: 20.01.2022.

4 Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.mart.gov.by/sites/mart/home/about-ministry/5years/Abramenko.html>. – Дата доступа: 20.01.2022.

Д. А. СОЛДАТЕНКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Глухова**

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОАО «ГОМЕЛЬДРЕВ»: СОБСТВЕННЫЙ И ЗАЁМНЫЙ КАПИТАЛ

В современных условиях особую актуальность приобретает рассмотрение роли финансовых ресурсов в обеспечении необходимого уровня конкурентоспособности организации. Имеено они создают основу для формирования оптимальной структуры и наращивания производственного потенциала, а также финансирования текущей хозяйственной деятельности. От того, каким капиталом располагает организация, насколько оптимальна его структура, насколько целесообразно он используется, зависит финансовое благосостояние организации и его возможности выживания в конкурентной борьбе.

ОАО «Гомельдрев» является одной из 60 организаций, входящих в состав концерна «Беллесбумпром». Ассортимент продукции представлен корпусной и офисной мебелью, комплектами для гостиной, прихожей; спальными гарнитурами, фанерой, плитой МДФ, ламинированными напольными покрытиями и др.

Оценку финансового состояния ОАО «Гомельдрев» целесообразно начинать с исследования собственного капитала. При этом ее основной целью является выявление основных источников формирования собственного капитала и определение влияния динамики их состава и структуры на финансовую устойчивость организации.

С точки зрения бухгалтерского учёта, собственный капитал – чистая стоимость имущества, которая определяется разницей между стоимостью активов (имущества) организации и ее обязательствами. Собственный капитал характеризует общую стоимость средств субъекта хозяйствования, принадлежащих ему на праве собственности, участвующих в процессе производства и приносящих прибыль.

Собственный капитал выступает в роли гаранта для учредителей (собственников имущества), а также для кредиторов. Иными словами, можно утверждать, что собственный капитал является собственным источником воспроизводства активов и отражает объем прав собственников.

Собственный капитал является основой самостоятельной независимой деятельности организаций, определяет возможности их независимого функционирования от контрагентов, различных финансовых структур и др.

Рассмотрим изменения в составе и структуре собственного капитала ОАО «Гомельдрев» в 2017 – 2019 гг. (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика состава и структуры собственного капитала ОАО «Гомельдрев» в 2017 – 2019 гг.

Показатель	На 31.12.2017 г.	На 31.12.2018 г.	На 31.12.2019 г.	Отклонение (2019-2017), (+,-) тыс. руб	Темп роста (2019/2017), %
	тыс.руб.	тыс.руб.	тыс.руб.		
1	2	3	4	5	6
Собственный капитал – всего, в т. ч.:	61 548	68 058	46 008	- 15 540	74,7
-уставный капитал	35 921	68 402	49 380	13 921	137,4

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6
-резервный капитал	36	53	53	17	147,2
-добавочный капитал	27 899	6 805	27540	-359	98,7
-нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	(2 308)	(7 202)	(30 965)	(33 273)	В 10 раз

По данным таблицы 1 видно, что наметилась устойчивая тенденция возрастания непокрытых убытков организации, что влекло за собой снижение общей величины собственного капитала. В результате роста непокрытого убытка до 33 273 тыс. руб. В 2019 году произошло падение показателя собственного капитала на 15 540 руб. относительно уровня 2017 года. Следует отметить, что собственный капитал был сформирован преимущественно за счет уставного капитала.

В связи с возникшей тенденцией динамики рассмотренных выше показателей целесообразно проведение оценки некоторых показателей, характеризующих финансовую устойчивость ОАО «Гомельдрев» (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика показателей финансовой устойчивости ОАО «Гомельдрев» в 2017 – 2019 гг.

Показатель	2017	2018	2019	Отклонение (2018-2017), (+,-) тыс. руб	Отклонение (2019-2018), (+,-) тыс. руб
Коэффициент финансовой независимости	15,21	11,97	7,27	-3,24	-4,7
Коэффициент финансовой зависимости	84,79	88,03	92,73	3,24	-4,7
Коэффициент финансового риска	5,57	7,34	12,75	1,77	5,41

На основе данных таблицы 2 можно сделать вывод о том, что ситуация с финансовым положением в организации с каждым годом обостряется. ОАО «Гомельдрев» утрачивает свою финансовую независимость, а уровень коэффициента финансового риска возрос за период с 5,57 до 12,75.

Таким образом, заемный капитал является доминирующим в функционировании ОАО «Гомельдрев», что является негативной тенденцией и требует принятия неотложных мер по стабилизации финансового положения.

Список использованной литературы

1 Коэффициент финансовой независимости [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/koefficient-finansovoj-nezavisimosti?> – Дата доступа: 01.02.2022.

СУН ЧЖОТАО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. А. Казущик,**

канд. экон. наук, доц.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВЕНЧУРНОГО КАПИТАЛА КОМПАНИЯМИ-ЕДИНОРОГАМИ КИТАЯ

После проведения экономической реформы и вступления Китая в ВТО модель экономического развития страны начала меняться от традиционной экономики к открытой. Благодаря таким условиям, как изобилие инвестиционного капитала в результате экономического роста и огромного рынка с населением в 1,4 миллиарда человек, число стартапов в Китае продолжает расти. Согласно статистике, предоставленной Национальной комиссией по реформам и развитию (NDRC) Китайской Народной Республики, с 2000-го года китайская индустрия венчурного капитала растет более быстрыми темпами, чем рынки США и Европы. Китай сегодня является вторым по величине инвестиционным рынком в мире, благодаря экономическому росту и развитию интернет-технологий. В 2018 году китайские стартапы привлекли 29,4 % глобальных венчурных инвестиций. За 20 лет ВВП Китая вырос почти в 13 раз (с 962 млрд. долл. США в 1997 году до 12,3 трлн. долл. США в 2017 году). Привлечение венчурного капитала и развитие индустрии венчурного капитала не только облегчило проблемы финансирования, с которыми сталкиваются китайские стартапы, но и способствовало повышению эффективности бизнеса. В настоящее время в Китае действует более 3 500 венчурных фондов, под управлением которых находится в общей сложности почти 2 трлн. юаней (около 285 млрд. долл. США).

Компания-единорог (Unicorn Company) – это не зарегистрированная на бирже компания-стартап, которая работает менее 10 лет и оценивается более чем в 1 миллиард долларов. Впервые это понятие было предложено венчурным капиталистом Aileen Lee (основателем фонда посевных инвестиций Cowboy Ventures), в 2013 году в одном из технологических средств массовой информации. Единорогами считаются стартапы, которые растут исключительно быстро, встречаются редко и выбираются инвесторами.

Критерии оценки компаний-единорогов в основном едины в стране и за рубежом, и в целом их можно свести к следующим трем пунктам:

- короткий срок существования, т.е. предпринимательские компании, существующие менее 10 лет;
- стоимость компании превышает 1 миллиард долларов, то есть оценка инвесторов или оценочных агентств превышает 1 миллиард долларов;
- частные инвестиции в акционерный капитал и не котируются на бирже.

В отрасли компании, стоимость которых превышает 10 млрд. долл. США, принято называть «супер-единорогами» (super-unicorn), а компании со стоимостью более 100 млн. долл. США, но менее 1 млрд. долл. США, принято называть «квази-единорогами» (quasi-unicorn) [1].

Поскольку рождение и развитие предприятий-единорогов часто представляет собой будущее направление развития отрасли, они являются пионерами новых отраслей, новых технологий, новых моделей и новых бизнес-моделей. Поэтому необходимо проанализировать их общую ситуацию. Рассматривая глобальных единорогов и китайских единорогов, можно выделить следующие четыре характеристики, а именно:

- число предприятий-единорогов в целом находится на экспоненциальной тенденции роста. Это в основном отражается в быстром росте количества и качества предприятий-единорогов. Lenovo потребовалось 20 лет, чтобы достичь дохода от продаж в 10 млрд. долл. США, Baidu – 12 лет, а Xiaomi – менее трех лет. В настоящее время

американскому единорогу требуется в среднем 6 лет, чтобы достичь рыночной капитализации более 1 млрд долларов, в то время как китайские единороги растут еще быстрее – всего за 4,5 года [2];

– трансграничная интеграция, т.е. интеграция между различными секторами, отраслями и культурами. В 2020 году Китайская компания Ant Financial, занимающая второе место среди компаний-«единорогов» по оценке стоимости, является типичным представителем интеграции Интернета и финансов;

– подрывная, т.е. в развивающейся отрасли или отрасли, находящейся на подъеме, путем создания нового спроса или лучшего способа удовлетворения быстрого роста отрасли. Например, Ningde Times и Weimar Automobile и другие новые энергетические транспортные средства;

– саморазвитие, т.е. пользователи в отрасли могут получить доступ к продуктам или услугам, предоставляемым компанией-единорогом, по достаточно низкой цене или в достаточно удобном состоянии, чтобы компания-единорог могла построить бизнес-модель, отвечающую основным условиям для саморазвития.

Распределение китайских единорогов по отраслям представлено на рисунке 1.

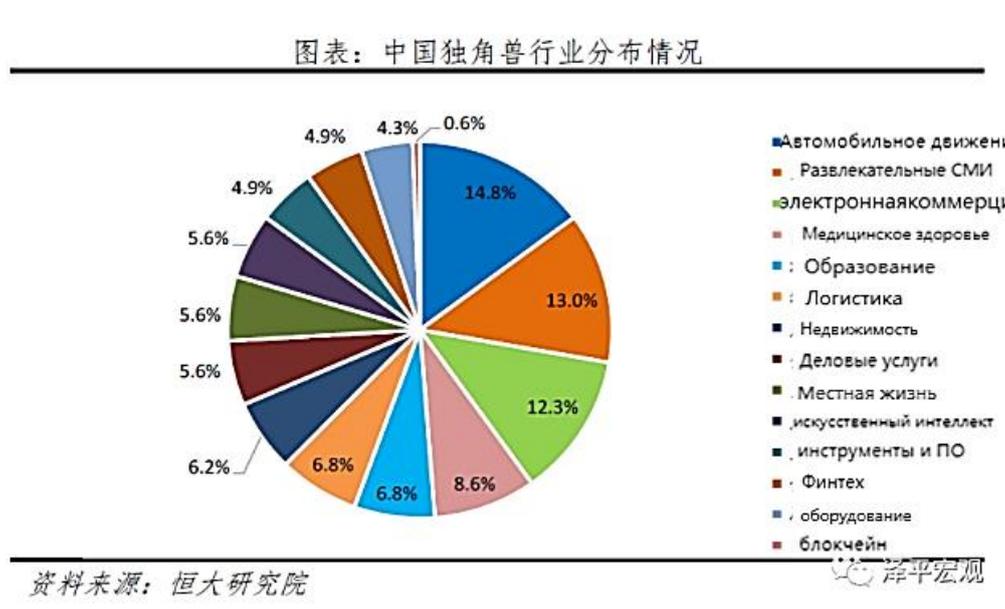


Рисунок 1 – Распределение китайских единорогов по отраслям [1]

Китай уделяет все больше внимания развитию стартапов, а поощрение предпринимательства не только способствует экономическому развитию, но и оказывает важную поддержку экономической реструктуризации и трансформации режима экономического роста. В то же время успех нового предприятия во многом зависит от усилий его менеджеров, а уникальная структура сделок институтов венчурного финансирования оказывает сильное стимулирующее воздействие на менеджеров, заставляя их работать над максимизацией стоимости компании.

Список использованной литературы

1 Ху, Вэньсянь. Исследование мер по ускорению выращивания предприятий-единорогов в Чжэцзяне. / Ху Вэньсянь // Наука и технологии Ханчжоу. – 2019. – № 2. – С. 7-11.

2 В Китае каждые 3 дня рождается единорог, но инновационная модель стиль трудно воспроизвести [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.redsh.com/a/20180712/164834.shtml>. – Дата доступа: 18.04.2021.

П. В. ЦАРЁВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **И. В. Глухова**

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА ОАО «ГОМЕЛЬСТЕКЛО» И ОЦЕНКА ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Кадровая политика – «...совокупность принципов, методов, форм, организационного механизма по выработке целей и задач, направленных на сохранение и развитие кадрового потенциала, на создание ответственного высокопроизводительного сплоченного коллектива, способного своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка с учетом стратегии развития организации» [1, с. 5].

Ее основная цель состоит в создании основ для эффективного функционирования и развития трудового коллектива, которое должно привести организацию к успеху в конкурентной борьбе и успешной реализации механизма стратегического управления.

Исходным пунктом в любой кадровой политике является управление процессом подбора, отбора и расстановки кадров по рабочим местам в целях достижения соответствия между потребной и фактической численностью работников. В ОАО «Гомельстекло» динамика численности персонала, складываясь под воздействием различных факторов, имела тенденцию к сокращению его численности (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика численности промышленно-производственного персонала ОАО «Гомельстекло» в 2019 – 2020 гг.

Показатели	Годы		Отклонение (+,-)	Темп роста, %
	2019	2020		
Промышленно-производственный персонал, чел.	2032	1949	- 83	95,91

Анализируя данные таблицы 1, следует отметить, что численность промышленно-производственного персонала ОАО «Гомельстекло» снизилась в 2020 г. по сравнению с 2019 г. на 83 человека. Темп снижения составил 95,91%. Это свидетельствует о том, что происходило естественный процесс движения трудовых ресурсов и, соответственно, отсутствовало массовое высвобождение работников. Для более глубокой оценки движения кадров рассмотрим основные абсолютные и относительные показатели движения кадров, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика показателей движения кадров ОАО «Гомельстекло» в 2019-2020 гг.

Показатели	Годы		Отклонение (+/-)
	2019	2020	
1	2	3	4
Принято на работу, чел.	83	85	2
Уволено работников – всего, чел., в том числе:	137	168	31
по сокращению численности	1	0	-1
за прогул и другие нарушения трудовой дисциплины	17	13	-4
по собственному желанию	119	155	36

Окончание таблицы 2

1	2	3	4
Показатели оборота кадров, %			
показатель оборота по приёму	4,16	4,16	–
показатель оборота по увольнению	6,87	8,22	1,35
показатель общего оборота кадров	10,76	12,74	1,61
показатель восполнения кадров	0,61	0,51	-0,1

Согласно данным таблицы 2, в анализируемом периоде в ОАО «Гомельстекло» существовала устойчивая тенденция сокращения численности работников. Так, в 2020 г. число уволенных составило 168 человек, а вновь принято на работу только 85 человек.

Показатель оборота по приему, характеризующий удельный вес вновь принятых работников в среднесписочной численности персонала, имел устойчивое значение – 4,16 % на протяжении 2019 – 2020 гг. А показатель оборота по выбытию, отражающий удельный вес уволенных работников в их среднесписочной численности, имел тенденцию к росту. Его наибольшее значение наблюдалось в 2020 г. В этот период времени его значение составляло 8,22 % против 6,87 % в 2019 г. С данными показателями неразрывно связан показатель общего оборота кадров. Он показывает удельный вес работников, выбывших по различным причинам и принятым в организацию, в среднесписочной численности персонала. В 2020 году он возрос до уровня 12,74 %. В целом следует отметить, что динамика приведенных показателей свидетельствует о наличии внутренних проблем в ОАО «Гомельстекло», которые связаны с отсутствием действенного механизма предупреждения нарушений трудовой дисциплины, а также действием факторов, обуславливающих увольнение работников по собственному желанию.

Для повышения эффективности реализации кадровой политики в ОАО «Гомельстекло» необходимо:

- стимулировать персонал на реализацию главной цели кадровой политики, указанной выше, посредством улучшения существенных условий труда (совершенствование механизма оплаты труда; режимов рабочего времени, определяющих величину фонда рабочего времени и обеспечение его эффективного использования и пр.);
- осуществлять поиск и применение современных методов подбора и отбора персонала;
- сделать доминирующим принцип комплиментарности при расстановке персонала по структурным подразделениям и рабочим местам;
- формировать кадровый резерв, в том числе на руководящие должности;
- определять совместно с экономическими службами рациональное соотношение между категориями работников;
- рассчитывать совместно с экономическими службами перспективную потребность в кадрах в разрезе профессий, специальностей, уровня квалификации;
- повышать эффективность разработки и реализации программ развития персонала;
- применять современные методы аттестации персонала на соответствие занимаемым должностям.

Список использованной литературы

1 Пархимчик, Е. П. Кадровая политика организации : учеб. пособие / Е. П. Пархимчик. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2011. – 128 с.

Е. С. ШАБАЛИНА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. А. Казущик,**

канд. экон. наук, доц.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ РЕФЕРЕНТНЫХ ГРУПП ПРИ ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

Поведение покупателей как социальное явление в жизни современного общества – это деятельность, направленная на получение, потребление и распоряжение продуктами и услугами, включая процессы принятия решений до и после покупки. Поведение потребителей рассматривается в когнитивном, рациональном, эмоциональном аспектах; является предметом изучения ряда научных дисциплин, в том числе – маркетинга. Методологическая база исследования представлена такими методами, как наблюдение, глубинные интервью, свободные дискуссии, фокус-группы, ведение блогов, потребительских дневников, технологии сторителлинга, опросы, эксперименты, анализ рекламаций, жалоб и предложений, бенчмаркинг. Исследования не только помогают планировать маркетинговые мероприятия и разрабатывать стратегии; они служат также основой для просвещения и защиты потребителей и предоставляют информацию для принятия решений в сфере государственной политики [1].

На потребительские решения влияет множество факторов. В условиях информационной экономики, экспоненциального роста контента, в том числе – генерируемого потребителями, возрастает роль референтных групп и лидеров мнений. Референтные группы – это различные социальные группы, способные оказывать влияние на установки и поведение [2]. В маркетинге к референтным группам относились друзья, коллеги, соседи индивида. В информационной экономике индивид подвержен влиянию многочисленных референтных групп, в том числе – в социальных сетях.

Согласно исследованиям Г.Келли, функции, которые выполняют референтные группы, могут быть условно разделены на нормативную и сравнительно-оценочную. Нормативная функция заключается в установлении определенных социально приемлемых стандартов поведения или групповых норм. При этом индивид старается следовать этим нормам, поскольку желает получить одобрение, так называемое вознаграждение, своих референтных групп. Сравнительно-оценочная функция выражается в том, что референтная группа является эталоном для сравнения и оценки индивидом себя и других. С дефиницией «референтная группа» тесно связано понятие «социальный статус» индивида в той или иной референтной группе.

Для маркетологов наибольший интерес представляет молодежная аудитория. Доказано, что интерес, приверженность к какому-либо бренду, сформировавшийся в молодом возрасте, сохраняются на десятилетия, несмотря на присутствие на рынке многочисленных конкурентных вариантов. На решения потребителей молодежной аудитории, их поведение, покупки и стиль жизни оказывают влияние различные референтные группы, которые способствуют социализации индивидов и формируют определенные общественные нормы.

Было проведено исследование, в котором приняли участие студенты экономического факультета ГГУ имени Франциска Скорины. В результате проведенного исследования влияния референтных групп на принятие решение о покупке молодежной аудиторией был сделан вывод о том, что молодежь представляет собой потребительскую группу с хорошо сформированными представлениями о необходимых свойствах, потребительских характеристиках товаров и услуг. Осведомленность формируется на этапе поиска информации – втором этапе принятия решения о покупке. Молодежь испытывает серьезное влияние на потребительские решения со стороны двух референтных

групп: друзей и родителей. Однако при принятии потребительских решений советы представителей референтных групп критически оцениваются, не являются полностью руководством к действию. Следует учитывать низкую, как правило, платёжеспособность молодежной аудитории. Так, при совершении покупки дорогостоящих товаров и услуг, влияние оказывают родители. Для группы товаров, в отношении которых молодежь полагается на советы друзей, мотивацией покупки выступает необходимость в самоутверждении и одобрении со стороны членов группы. При приобретении непродовольственных товаров молодежная аудитория обращает внимание на скидки, акции, рекламные игры, рекламные персонажи; предпочтение отдается магазинам-дисконтам, внимательно отслеживаются акции, распродажи в маркетплейсах. Основными социальными сетями маркетинга влияния для исследуемой молодежной аудитории являются Instagram, YouTube Tik Tok.

Направления маркетинга влияния (в том числе – влияния референтных групп на покупательское поведение) – одно из интересных и перспективных направлений исследования. Отечественные и зарубежные бренды при формировании маркетинговых стратегий всё больше уделяют внимание лидерам мнений, с которыми они намерены сотрудничать, проводят глубинный анализ своих целевых аудиторий и групп влияния.

Список использованной литературы

- 1 Кольган, М. В. Исследование поведения потребителей и факторы, влияющие на них / М. В. Кольган [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-povedeniya-potrebiteluy-i-factory-vliyauschie-na-nih>. – Дата доступа: 25.01.2022.
- 2 Афанасенко, И. Д. Маркетинг влияния: сфера применения и способы использования / И. Д. Афанасенко [Электронный ресурс]. – 2016. – <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-vliyaniya-sfera-primeneniya-i-sposoby-ispolzovaniya>. – Дата доступа: 25.01.2022.

Ю. А. ШАПОВАЛОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **А. П. Геврасёва,**

канд. экон. наук, доц.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ РЫНКАХ

Республика Беларусь относится к числу стран с высоким потенциалом и возможностями развития в деревообрабатывающей отрасли. Экспортноориентированность структуры белорусской экономики предопределяет обеспечение реализации продукции с высокой добавленной стоимостью на рынки стран дальнего и ближнего зарубежья.

К числу ведущих экспортеров относятся предприятия концерна «Беллесбумпром», который объединяет 60 предприятий и является монополистом в заготовке древесины и производстве ряда изделий из нее. 70 % переработки древесины и 40 % мебельного производства страны составляют долю предприятий концерна «Беллесбумпром» [1].

География поставок белорусской продукции деревообработки представлена такими странами, как Россия, Польша, Германия, Казахстан, Венгрия, Литва, Бельгия, Армения, Румыния, Франция, Чехия, Канада, Украина и другие [2].

Показатели производства и экспорта продукции деревообрабатывающей промышленности Республики Беларусь в 2019-2020 гг. свидетельствуют о сохраняющемся стратегическом интересе к продукции деревообработки на внутреннем и внешнем рынке. В 2020 г. общий объем промышленного производства республики составил 118 407 741 млн. долл. США и по сравнению с 2019 г. увеличился на 2,3 %, или на 2 707 276 млн. долл. США. В 2020 г. произведенная продукция деревообработки соста-

вила 6 274 162 млн. долл. США и увеличилась на 11,9 %, или на 671 649 млн. долл. США. Удельный вес произведенных изделий из дерева и бумаги увеличился с 4,8 до 5,3 % в общем объеме промышленного производства. В 2020 г. общий объем экспорта Республики Беларусь сложился в размере 29 179,4 млн. долл. США и по сравнению с 2019 г. снизился на 11,5 %, или на 3 775,7 млн. долл. США. За 2020 г. экспорт продукции деревообработки составил 1 849,4 млн. долл. США и увеличился на 7,5 %, или на 129,4 млн. долл. США. Удельный вес экспорта продукции деревообработки увеличился с 5,2 до 6,3 % в общем объеме экспорта [3]. В 2020 г. более 70 % произведенной продукции деревообработки направлено на внешний рынок. По итогам внешней торговли сокращение стоимостных объемов поставок ряда основных позиций способствовало снижению экспорта в целом по республике. Рост удельного веса экспорта продукции деревообработки в общем объеме экспорта связан с увеличением поставок уже имеющихся товаров на имеющиеся рынки, а также появлением новой продукции деревообработки и рынков сбыта.

Основными проблемами развития деревообрабатывающей промышленности являются: изменчивый спрос, связанный с внедрением новых технологий и появлением товаров-заменителей, недоверие потребителей на внешнем рынке к зарубежной продукции, дорогостоящая древесина, снижение качества продукции, необходимость поиска новых партнеров.

Отсутствие информации о состоянии внешних рынков является одной из ключевых проблем реализации продукции. Для это необходимо изучить потребности рынка, зависимость от импорта, направления экспорта, социально-экономические показатели страны, менталитет и традиции населения и т.д. [4].

Стоит отметить, что в отличие от стран СНГ, где положительно относятся к зарубежным производителям, в Западной Европе население привержено отечественной продукции, а иностранные организации, наоборот, вызывают определенную осторожность. Деревообрабатывающая промышленность быстро меняется, появляются товары-заменители и новые технологии производства. Вследствие чего производителям необходимо постоянно развиваться, совершенствоваться и адаптироваться к быстро меняющимся требованиям рынка: проводить модернизацию оборудования и технологического процесса обработки древесины.

Важнейший ресурс страны перестал быть конкурентным на внешних рынках. Это связано с тем, что древесина является дорогостоящим сырьем. Продукты деревообработки стоят дороже леса-кругляка. Производителям экономически целесообразнее перерабатывать сырье и получать выгоду в виде высокой добавленной стоимости.

Необоснованно завышенные цены на сырье, которые формируются на Белорусской универсальной товарной бирже (БУТБ), оказывают непосредственное влияние на стоимость продукции деревообработки. Лесхозы обязаны выставлять свой лес на бирже, а затем покупать его у самих себя. В частности, в Российской Федерации древесина продается на реальном рынке. Соответственно, если предложения превышают спрос, то цена падает. В Республике Беларусь наметилась тенденция снижения стоимости древесины. Однако данное сырье по-прежнему остается дорогостоящим. Для действующих белорусских экспортеров расширению поставок за рубеж мешает высокая себестоимость производства. Чтобы удержать покупателей на внешнем и внутреннем рынке и получить реальную сырьевую цену, производителям приходится смешивать более дорогое сырье с низкосортным техсырьем или тарным бревном, тем самым снижая качество и конкурентоспособность продукции. В этой ситуации устранение прочих (экзогенных) ограничений, связанных с транспортно-логистическими проблемами, высокой регуляторной нагрузкой и барьерами на внешних рынках, однозначно снизит издержки экспорта, но не решит проблему создания глобально конкурентоспособных производств. Для этого нужны структурные изменения в экономике.

Меры воздействия на Республику Беларусь в виде санкций оказывают влияние на отечественных предпринимателей, в том числе и в сфере деревообработки. Ранее у предприятий были преимущественно постоянные партнеры, с которыми они работали годами. В настоящее время производителям практически ежемесячно приходится искать новых потребителей и под их запросы постоянно менять спецификацию [5].

Таким образом, потенциал деревообрабатывающей промышленности Республики Беларусь находится на достаточно высоком уровне, что связано с наличием лесных ресурсов и проведенной крупномасштабной модернизацией отрасли. Основные проблемы реализации продукции деревообработки связаны с высоким уровнем ее себестоимости, вводимыми санкциями в отношении белорусских предприятий и низкой заинтересованностью населения западных государств в зарубежной продукции. Республика Беларусь идет по пути завоевания внутреннего и внешнего рынка и повышает конкурентное преимущество страны в глобальной экономике.

Список использованной литературы

- 1 Деревообрабатывающая отрасль [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.uniter.by/upload/Wood-processing%20industry.pdf>. – Дата доступа: 17.01.2022.
- 2 Президент Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/osnovnye-otrasli/promyshlennost/derevoobrabotka>. – Дата доступа: 17.01.2022.
- 3 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 17.01.2022.
- 4 Экономическая газета [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/idite-lesom/>. – Дата доступа: 18.01.2022.
- 5 Sputnik Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://sputnik.by/20190711/Подschitali--proszlezilis-Pochemu-ne-prodaetsya-belorusskiy-les-1041994714.html>. – Дата доступа: 18.01.2022.

А. С. ШЕВЦОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. С. Д. Лин

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Трудовая деятельность является важнейшей стороной жизнедеятельности человека, которая обеспечивает наиболее полную самореализацию личности и актуализацию всех ее возможностей. Эффективность профессиональной деятельности в большей степени связана с мотивацией специалиста, с её внешней и внутренней составляющей

Понятие «мотивация» следует рассматривать с точки зрения психологии и менеджмента. С точки зрения психологии мотивация – «это влечение или потребность, побуждающая людей действовать с определенной целью; это внутреннее состояние, которое заряжает энергией человека, направляет и поддерживает его поведение» [1, с. 28].

С позиции менеджмента мотивация – «это процесс стимулирования самого себя и других на деятельность, направленную на достижение индивидуальных и общих целей организации» [2, с. 192].

Мотивация сотрудников является ключом к успеху организации. Это уровень самоотверженности, драйва и энергии, который работники организации приносят в работу каждый день. Без этого организации могут испытывать снижение производительности, более низкие уровни выпуска продукции, и вполне вероятно, что организация также не сможет достичь поставленных целей. Мотивация сотрудников не всегда дается легко — это то, что руководителям необходимо развивать и контролировать.

Под мотивацией сотрудников понимают процесс стимулирования отдельного сотрудника или группы людей к действиям, приводящим к осуществлению целей организации в перспективе [3, с. 34].

Поддержание и повышение мотивации сотрудников может вызывать трудности у организации, так как не каждая задача будет интересна и волнительна для тех, кто должен ее выполнить. Поэтому предприятия должны работать над тем, чтобы найти способы поддерживать уровень мотивации своих сотрудников. Почему стоит придавать большое значение мотивации труда работников?

Если представить сотрудника с низким уровнем мотивации, то он работает в более медленном темпе, проводит больше времени вдали от своих задач и, возможно, занимается серфингом в Интернете или проводит рабочее время в телефоне. Но самое главное, такой сотрудник в значительной степени не сосредоточен и не вкладывает всего себя в свою работу.

Это не только приводит к пустой трате ресурсов организации, но и может иметь косвенное влияние на других сотрудников, что может помешать всей организации выполнять работу на самом высоком уровне или достигать важных целей.

В то время как мотивированный сотрудник полон энтузиазма, целеустремлен и гордится своей работой. Он быстро выполняет задачи, действует и намерен делать свою работу хорошо, как для себя, так и для организации. Независимо от того, находится ли организация в настоящее время на пике своего жизненного цикла или же на стадии роста, мотивация сотрудников остается критически важной на каждом уровне.

Если люди мотивированы работать быстрее и эффективнее, это приведет к увеличению производительности. И в свою очередь может позволить организации расширить ассортимент, больше продавать и в следствии увеличить свою прибыль.

Мотивированные сотрудники будут не только производить больше, но и с большей вероятностью сделают свою работу еще лучше. Сосредоточившись на продукте или услуге, они увидят области, требующие улучшения, и будут работать над этим.

Так же мотивированные сотрудники более довольны своей трудовой жизнью и имеют цель, к которой они стремятся. Эти сотрудники с меньшей вероятностью пропускают работу без уважительной причины, так как считают, что это может замедлить их прогресс. Следовательно, снижается вероятность невыхода на работу.

Хорошо мотивированная рабочая сила – это лояльная рабочая сила. Мотивированные сотрудники имеют высокий уровень морального духа и приверженности организации, ее целям и задачам. Таким образом стимулирование сотрудников положительно отражается на текучести кадров, снижая ее. Мотивированные сотрудники с большей вероятностью останутся на своих должностях, поскольку они могут видеть результаты своей работы и чувствовать, что они могут постоянно делать свой вклад в работу организации. Это может привести к снижению затрат на обучение и подбор персонала для организации, так как сокращается отток сотрудников.

Как мы все знаем, люди говорят о вещах, которые им нравятся, и, что более важно, о вещах, которые им не нравятся. Довольные работники распространяют информацию и, в свою очередь, создают фирме хорошую репутацию работодателя. В результате становится легче набирать ведущие таланты.

Для повышения мотивации сотрудников необходимо точно установить цель и видение организации, работник должен понимать к чему ведут его усилия, какой следующий шаг, как выглядит успех компании. Очевидно, что организация имеет большую цель, но более мелкие являются ключом к мотивации. Они должны дополнять общую цель, но разделение ее на более достижимые части будет эффективнее. Когда сотрудники часто достигают поставленных целей, чувство удовлетворения растет и это будет служить отличным мотиватором для перехода к более серьезным целям.

Руководителям необходимо признавать хорошую работу сотрудников, отмечая, что лидеры видят и ценят их усилия. Заслуженное признание повышает самооценку, энтузиазм и моральный дух. Также благоприятная рабочая атмосфера положительно влияет на работоспособность сотрудников. Никто не хочет каждый день находиться в мрачном офисе и отчаянно ждать возвращения домой. Если рабочие места создают дружественную атмосферу, с зонами для отдыха и игр, сотрудники будут с нетерпением ждать выхода на работу. Поскольку мотивация и настроение идут рука об руку, плохое настроение может повлиять на способность концентрироваться и снизить энтузиазм работника.

Пусть работники чувствуют, что они работают в лучшем месте. Предложение льгот и привилегий для сотрудников, направленных на улучшение их жизни как на работе, так и вне ее, помогает повысить настроение и чувство лояльности к организации.

Роль мотивации в организации нельзя недооценивать. Это сложный процесс, который требует понимания человеческого разума и поведения. Такое понимание и правильные действия в значительной степени помогают в достижении организационных целей.

Список использованной литературы

- 1 Бакирова, Г. Х. Психология эффективного стратегического управления персоналом / Г. Х. Бакирова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 591 с.
- 2 Маркеева, А. В. Геймификация как инструмент управления персоналом современной организации / А. В. Маркеева // Российское предпринимательство. – 2015. – Т. 16. – № 12. – С. 1923-1936.
- 3 Управление человеческими ресурсами: учеб. пособие / А. М. Руденко [и др.]; под ред. А. М. Руденко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. – 350 с.

Д. ЭРЕДЖЕПОВ

(г. Гродно, Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)

Науч. рук. **О. В. Шевченко**

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Маркетинговая деятельность ЧТСУП «Салби-Плюс» принимает традиционную форму, которая полностью ориентирована на удовлетворение нужд потребителей. Малое предприятие придерживается стратегии дифференциации посредством выделения собственных конкурентных преимуществ, которые направлены на более полное и качественное удовлетворение потребностей покупателей. Так для ЧТСУП «Салби-Плюс» характерен салонный тип работы с клиентами, в частности: относительно малые торговые площади, высокий уровень компетентности менеджеров по продажам, индивидуальный подход в работе с клиентами, профессиональный подбор комплектов бытовой техники с учетом всех необходимых параметров и потребностей покупателей. Наличие собственного авторизованного сервисного центра позволяет выявлять «слабые места» определенных моделей бытовой техники различной номенклатуры и производителей с учетом длительного пользования бытовым прибором. Торговая политика малого предприятия направлена на выявление сложностей в использовании или ремонте определенных моделей бытовой техники, что способствует выстраиванию доверительных и долгосрочных отношений с клиентами.

ЧТСУП «Салби-Плюс» является одним из первых представителей малого бизнеса в сфере торговли бытовой техникой на рынке г. Гродно. Однако появление крупных сетевых супермаркетов и интернет-магазинов значительно ослабило позиции и уменьшило принадлежащую малому предприятию долю рынка. За последние годы также произошло увеличение количества рекламных продуктов со стороны конкурентов: реклама стала многоканальной в связи с новыми технологическими возможностями, что

еще более обострило проблемы развития конкурентной среды, борьбы за лидерство на рынке и за целевую аудиторию. На сегодняшний день рекламные усилия ЧТСУП «Салби-Плюс» направлены на повышение узнаваемости торгового предприятия, формирование имиджа. Для этого в распоряжении компании имеются официальный сайт salbi.by в сети Интернет, аккаунт в приложении с элементами социальной сети Instagram, баннерная реклама торговой фирмы, размещенная посредством брендирования остановки общественного транспорта, фирменная брендированная продукция и скидочные купоны. Однако даже при наличии перечисленных инструментов ЧТСУП «Салби-Плюс» не реализует непрерывную коммуникационную политику, которая является неотъемлемой частью современной стратегии и тактики маркетинга при взаимодействии с новым типом потребителей, помимо этого, цифровые каналы коммуникаций (сайт и аккаунт в Instagram) не выполняют в полной мере свою рекламную функцию в связи с чем существует риск ослабления конкурентных позиций фирмы на рынке. В данной связи дальнейшее развитие маркетинговых усилий малого предприятия должно быть сосредоточено на более эффективном, оперативном и точном определении и прогнозировании потребностей покупателей посредством работы с целевой аудиторией, выявлением направлений развития ассортиментной политики торговой организации, а также развитии и внедрении современных методов продвижения продукции посредством использования приемов digital-маркетинга с целью применения цифровых технологий для привлечения потенциальных клиентов и удержания их в качестве потребителей продукции.

Целевая аудитория «Салби-Плюс» и особенности каждого сегмента потребителей представлены в таблице 1.

Таблица 1– Сегментация целевой аудитории ЧТСУП «Салби-Плюс»

Целевой сегмент / Критерий оценки	Семейные пары без детей	Семейные пары с детьми	Пожилые люди (семейные пары или одинокие)	Потребители с высоким уровнем дохода	Незамужние женщины / холостяки
1	2	3	4	5	6
Что ожидают от продукта / услуги?	Соотношение цена-качество, сочетание с интерьером, функциональность	Блокировка от детей и безопасность в использовании, функциональность, увеличенный размер прибора, без переплаты за бренд, долговечность, экономичность, качество	Простота в использовании (привычны установленные технологии), низкая стоимость	Уровень премиум-класс, известность бренда, дизайн, инновационность и функциональность бытовых приборов	Экономичность, соотношение цена-качество, долговечность, средний ценовой диапазон
Кто влияет на принятие решения	Тот, кто чаще всего пользуется прибором, дизайнер	Тот, кто чаще всего пользуется прибором, дети	Дети, внуки, соседи	Дизайнер, непосредственный пользователь	Друзья, знакомые, родственники, реклама
Лицо, принимающее решение	Оба супруга, или тот, кто оплачивает покупку	Оба супруга, или тот, кто оплачивает покупку	Сам клиент	Сам клиент	Сам клиент
Уникальность торгового предложения (дополнительные преимущества)	Высокий уровень сервиса, гарантия, гибкая система скидок, рассрочка	Высокий уровень сервиса, гарантия, гибкая система скидок, рассрочка	Низкая цена, возможность доставки и подключения	Индивидуальный подход, гарантия, высокий уровень сервиса	Гибкая система скидок, рассрочка, доставка

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6
Барьеры в сознании		Хотят качественную и долговечную технику по низким ценам	Дорого, не понимают и не принимают новые технологии, даже если они упрощают использование		Высокая цена – это лишняя переплата
Сложности работы с сегментом	Зачастую мнения у супругов расходятся, ограниченный бюджет	Зачастую мнения у супругов расходятся, ограниченный бюджет, долго принимают решение	Сложности в представлении технических характеристик продукции	Необходимость договоренности с дизайнером, риски при продаже техники премиум-класса	Ищут наиболее дешевый вариант, даже у ненадежного продавца

Примечание: источник собственная разработка автора на основе [1], [2].

С учетом социально-демографического и психографического факторов сегментации, которые послужили основой классификации групп потребителей малого предприятия, данные таблицы 1 свидетельствуют, что потребности в бытовой технике и сервисном обслуживании каждого, из определенных сегментов, крайне отличаются. Поэтому учет выявленных особенностей каждого сегмента целевой аудитории крайне важен при подготовке сделки купли-продажи, в момент непосредственно самой продажи продукта и при разработке маркетинговых мероприятий, в том числе программы лояльности.

Список использованной литературы

1 Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 1998. – 370 с.

2 Официальный сайт компании ЧТСУП «Салби-Плюс» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://salbi.by>. – Дата доступа: 15.01.2022.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЁТА, КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА КАК ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

П. С. АРТЕМЧИК

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **Д. Н. Кушнеров,**

канд. экон. наук, доц.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ УЧЁТА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЮДЖЕТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В соответствии с пунктом 2 статьи 79 Бюджетного кодекса Республики Беларусь бюджетные организации (за исключением государственных органов, если иное не установлено Президентом Республики Беларусь) могут осуществлять приносящую доходы деятельность [1].

Внебюджетная деятельность нужна бюджетной организации для того чтобы развивать материально-техническое оснащение, научную деятельность, осуществлять дополнительные выплаты стимулирующего характера и оказывать материальную помощь работникам. От правильного формирования доходов и расходов, связанных с внебюджетной деятельностью, направления и порядка использования средств, остающихся в распоряжении бюджетных организаций, зависит правильность их распределения [2].

Внебюджетные средства, получаемые бюджетными организациями при осуществлении приносящей доходы деятельности, отражаются в смете доходов и расходов внебюджетных средств бюджетных организаций на соответствующий финансовый год и отчетности по ним в разрезе источников доходов [3].

Учет внебюджетной деятельности отличается от бюджетного учета. Но в соответствии с пунктом 3 статьи 79 Бюджетного кодекса Республики Беларусь бухгалтерская отчетность по внебюджетным средствам составляется в соответствии с бюджетной классификацией Республики Беларусь в порядке и по формам, установленным Министерством финансов [1].

В связи с этим для учета внебюджетной деятельности необходимо адаптировать инструменты бюджетного учета. В первую очередь это касается плана счетов. Однако, в бюджетном плане счетов изначально заложены счета для внебюджетной деятельности, такие как: 030 «Продукция на складе», 080 «Затраты на производство», 111 «Текущий счет по внебюджетным средствам», 173 «Расчеты с бюджетом», 175 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным товарам (работам, услугам)», 211 «Расходы по внебюджетным средствам», 237 «Прочие источники», 280 «Реализация продукции (работ, услуг)», 410 «Прибыли и убытки», 411 «Использование прибыли» и прочие. При необходимости есть возможность создать субсчета.

В отличии от плана счетов экономическую классификацию расходов бюджета, используемую для классификации расходов по внебюджетной деятельности, изменить не представляется возможным, поэтому ее необходимо применять, как и в бюджетном учете.

Рассмотрим автоматизацию ведения учета внебюджетной деятельности в бюджетной организации на примере подразделения «Издательский центр» Белорусского государственного университета транспорта. Основной деятельностью подразделения являются типографические услуги. Бухгалтерский учет в подразделении, как и в целом по учреждению, ведется в программе 1С: Предприятие 8.3 конфигурации «Бухгалтерия для

бюджетных учреждений Беларуси», редакции 1.0. Данная конфигурация, как следует из названия, предназначена для ведения бухгалтерского учета бюджетных учреждений Беларуси.

В конфигурации осуществлена возможность ведения внебюджетной деятельности. Это выражено наличием: печатных форм для смет доходов и расходов; разделения операций в документах при их заполнении по видам деятельности и источникам финансирования; возможности дополнения плана счетов необходимыми субсчетами и прочее.

В подразделении «Издательский центр» на год составляются две сметы доходов и расходов: по основной деятельности и по учету вторсырья. Поэтому в программе операции проводятся с указанием необходимого реквизита в поле «Вид деятельности», что способствует более детальному ведению учета.

Особенностью внебюджетной деятельности подразделения является наличие магазина, реализующего канцелярские товары. В связи с этим в план счетов были введены субсчета представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Дополнительные субсчета

Подсчет	Наименование
030.1	Товар на складе
030.1.1	Товар на складе
030.1.2	Готовая продукция собственного производства
030.2	Товар в рознице
030.2.1	Товар в рознице
030.2.2	Торговая наценка
030.2.3	НДС
030.2.4	Налог на прибыль

Однако только дополнительных субсчетов недостаточно. Расчет розничной цены, учитывающий розничную надбавку и необходимые налоги, а также закрытие месяца, при котором происходит автоматическое списание всех расходов производства со счета 080 и отображается финансовый результат по кредиту или дебету счета 410, для дальнейшего определения сумм прибыли. Такие механизмы можно реализовать в 1С: Предприятие 8.3 конфигурации «Бухгалтерия для бюджетных учреждений Беларуси», так как данная конфигурация не требует серьезных изменений для такого рода задач.

Таким образом проведенное исследование выявило проблему учета доходов и расходов от внебюджетной деятельности бюджетной организации. Одним из способов решения этой проблемы является внедрение и адаптация программного продукта 1С: Предприятие 8.3 конфигурации «Бухгалтерия для бюджетных учреждений Беларуси».

Список использованной литературы

1 Бюджетный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://kodeksy.by/byudzhetnyy-kodeks/statya-79>. – Дата доступа: 17.01.2022.

2 Главный бухгалтер бюджетной организации [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.eknigi.by/books/glavnyj-buhgalter-bdzhethnoj-organizatsii/read/vnebdzhethnaya-deyatelnost-poryadok-formirovaniya-i>. – Дата доступа: 17.01.2022.

3 О внебюджетных средствах бюджетных организаций: постан. Совета Министров Респуб. Беларусь от 19 июля 2013 г., № 641 [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21300641>. – Дата доступа: 17.01.2022.

А. А. ГЛОТ

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **С. Л. Шатров,**

канд. экон. наук, доц.

ВАЛЮТНЫЕ ОПЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ УЧЁТНОЙ СИСТЕМЕ

В современной экономической среде многие организации Республики Беларусь стремятся к развитию и совершенствованию своей внешнеэкономической деятельности путем выхода на новые мировые рынки и поддержания взаимоотношений с международными контрагентами. В таких условиях возникает острая необходимость правильной, а главное эффективной организации бухгалтерского учета валютных операций.

Операции в иностранной валюте регулируются на законодательном уровне, а также различными международными нормативными актами, что усложняет ведение внешнеэкономической деятельности и делает необходимым осуществление контроля за операциями в валюте. Совершенствование учета, а также анализа операций, осуществляемых в иностранной валюте, повышение качества, оперативности и полноты учетной информации и иных сведений является весьма актуальным для всех уровней пользователей.

Понятие «валютные операции» в различной литературе и в нормативно-правовых актах Республики Беларусь встречается достаточно часто. В частности, законом Республики Беларусь «О валютном регулировании и валютном контроле» от 22.07.2003 г. № 226-З (в ред. от 30.06.2020 г. № 36-З) установлено, что под валютными операциями понимаются действия, направленные на исполнение или прекращение обязательств с валютными ценностями и использование их в качестве средств платежа, а также в иных случаях, предполагающих переход прав собственности [1].

Организации, осуществляющие валютные операции, заключают с банком договор и открывают валютные счета. Поступившая валютная выручка зачисляется на транзитный валютный счет, операции по покупке-продаже иностранной валюты ведутся с использованием текущего валютного счета.

Одним из направлений совершенствования учета в Республике Беларусь явился постепенный переход на международные стандарты финансовой отчетности. Это важный шаг к формированию более достоверной, а главное понятной отчетности не только для отечественных пользователей, но и для иностранных партнеров.

Согласно МСФО (IAS) 21 «Влияние изменений валютных курсов» валютная операция представляет собой операцию, выраженную в иностранной валюте или требующая расчета в ней [2]. Такие операции осуществляются при покупке или продаже активов, которые выражены в иностранной валюте, при получении займов или погашении обязательств.

Так, опираясь на требования международных стандартов финансовой отчетности в Беларуси вступил в силу Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Влияние изменений курсов иностранных валют», утвержденный постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.10.2014 г. № 69.

Национальный стандарт наряду с международными принципами определяет правила, связанные с пересчетом стоимости активов и обязательств, выраженной в иностранной валюте, а также с учетом курсовых разниц и признанием даты совершения хозяйственных операций.

По правилам МСФО под курсовой разницей понимается разница, возникающая при пересчете определенного количества единиц в одной валюте в другую валюту с использованием разных обменных курсов [2].

Кроме того, в МСФО (IAS) 21 устанавливаются такие понятия как «валюта основной экономической среды», в которой действует компания, «функциональная валюта»

и «валюта представления отчетности». В НСБУ № 69 такие понятия отсутствуют, а учетная оценка активов, обязательств, собственного капитала, доходов и расходов предприятия производится в официальной денежной единице Республики Беларусь [3].

В свою очередь, курсовые разницы пересчитываются на отчетную дату и на дату совершения хозяйственной операции. Отличие заключается в том, что согласно МСФО немонетарные статьи пересчитываются на дату оценки справедливой стоимости по обменному курсу, а в НСБУ – на дату совершения хозяйственной операции.

Финансовая отчетность дочерней компании по МСФО пересчитывается в функциональную валюту ее материнской компании [2]. Активы и обязательства должны пересчитываться по курсу, установленному на конец отчетного периода, а в составе капитала учитываются возникающие курсовые разницы. В НСБУ № 69 правила пересчета не определены.

Следующим отличием МСФО от НСБУ является то, что в МСФО (IAS) 21 курсовые разницы относятся на доходы или расходы в периоде, в котором они возникли, а в НСБУ № 69 в определенных случаях разрешен перенос курсовых разниц на будущие периоды.

На основании всего вышеизложенного можно заключить, что эффективный бухгалтерский учет валютных операций является основной задачей для любого предприятия. В условиях глобализации и повышения значимости работ по созданию общепризнанной международной системы финансовой отчетности существенную роль играет разработка рациональной методики учета валютных операций.

Список использованной литературы

1 О валютном регулировании и валютном контроле: Закон Респуб. Беларусь от 22 июля 2003 г., № 226-3: в ред. от 30.06.2020 г., № 36-3 [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10300226>. – Дата доступа: 20.01.2022.

2 Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 21 «Влияние изменений валютных курсов» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2016/02/main/RU_BlueBook_GVT_2015_IAS_21.pdf. – Дата доступа: 20.01.2022.

3 Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Влияние изменений курсов иностранных валют»: постан. М-ва финансов Респуб. Беларусь от 29 октября 2014 г., № 69: в ред. постан. от 10.08.2017 г., № 23 [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://www.minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_291014_69.pdf. – Дата доступа: 20.01.2022.

А. Л. ИВАНОВСКАЯ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **С. К. Маталыцкая,**

канд. экон. наук, доц.

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Повышение эффективности производства и разработка механизма управления производством в целом – первостепенная задача руководителей любого предприятия. Положительные результаты функционирования и развития предприятия обуславливаются ростом финансовых результатов и эффективной системой управления рентабельностью. Показатели рентабельности являются индикатором, характеризующим эффективность финансово-экономического механизма, прибыльность деятельности предприятия и перспективы его развития в условиях жесткой рыночной конкуренции. Для принятия управленческих решений в области инвестирования, планирования, координирования, оценивания и контроля деятельности предприятия показатели рентабельности

учитываются одними из первых. Также для оптимизации процесса управления деятельностью предприятия путем научного обоснования резервов повышения его доходности, необходимо провести анализ рентабельности.

Среди всех показателей рентабельности потенциальные инвесторы, акционеры, собственники предприятия наиболее заинтересованы в показателе рентабельности собственного капитала, поскольку этот показатель объединяет два фундаментальных показателя деятельности предприятия: величину собственного капитала и прибыль, которая является основной целью создания предприятия. Именно показатель рентабельности собственного капитала отражает, каким образом эффективность деятельности трансформируется в выгоды собственников, и способствует увеличению рыночной стоимости предприятия.

Рентабельность собственного капитала показывает, сколько рублей прибыли заработала каждая денежная единица, вложенная собственниками предприятия и в соответствии с Методическими рекомендациями Министерства экономики Республики Беларусь (п. 5.5) рассчитывается по формуле 1:

$$R_{ск} = \frac{ЧП}{СК}, \quad (1)$$

где $R_{ск}$ – рентабельность собственного капитала,

$ЧП$ – чистая прибыль,

$СК$ – средний за период размер собственного капитала [1].

Для данной расчетной модели исходная информация регламентируется Национальным стандартом бухгалтерского учета и отчетности № 104 (НСБУ № 104).

Для анализа использования вложенных средств недостаточно простого расчета показателя рентабельности по формуле 1, так как совершенно непонятно, где искать точки роста, чтобы добиться большей эффективности деятельности предприятия.

Для того, чтобы выявить за счет каких факторов происходят те или иные изменения показателя рентабельности собственного капитала необходимо проводить факторный анализ.

Рассмотрим влияние на рентабельность собственного капитала показателей доходности, финансовой устойчивости и деловой активности, расширив расчетную модель (формула 2). Нормативная регламентация исходной информации и расчета показателей финансового состояния организации представлены в НСБУ № 104 и постановлении Министерства финансов и Министерства экономики Республики Беларусь № 140/206 [2].

$$R_{ск} = \frac{ЧП}{СК} \times \frac{В}{В} \times \frac{П^H}{П^H} \times \frac{\bar{А}}{А} = \frac{ЧП}{П^H} \times \frac{П^H}{В} \times \frac{В}{А} \times \frac{\bar{А}}{СК} = \frac{ЧП}{П^H} \times \frac{П^H}{В} \times \frac{В}{А} \times МК, \quad (2)$$

где $В$ – выручка за отчетный период,

$\bar{А}$ – среднегодовая стоимость активов,

$П^H$ – прибыль до налогообложения,

$МК$ – мультипликатор капитала.

Мультипликатор капитала характеризует сколько единиц общей суммы финансовых ресурсов приходится на 1 руб. собственных средств (формула 3):

$$МК = \frac{\bar{СК} + \bar{ЗК}}{\bar{СК}} = 1 + K_{кап}. \quad (3)$$

В соответствии с формулами 2 и 3:

$$R_{ск} = d_{чп} \times R_{об} \times K_{об} \times (1 + K_{кап}), \quad (4)$$

где $d_{чп}$ – доля чистой прибыли в общей прибыли до налогообложения,

$R_{об}$ – рентабельность оборота,

$K_{об}$ – коэффициент оборачиваемости капитала,

$K_{кап}$ – коэффициент капитализации.

Таким образом, при проведении факторного анализа рентабельности собственного капитала по формуле 4, можно выявить влияние на ее уровень отдельных факторов, получить обоснованную расчетными показателями аналитическую информацию. Увязка всех показателей позволяет принять грамотные управленческие решения и разработать мероприятия, нацеленные на изыскание и реализацию имеющихся резервов, направленных на повышение эффективности текущей, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия.

Список использованной литературы

1 Об утверждении методических рекомендаций по осуществлению мероприятий по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства) и проведению процедур экономической несостоятельности (банкротства): Приказ М-ва экономики Респуб. Беларусь от 6 апреля 2016 г., № 43 [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/sanacija-i-bankrotstvo/Prikaz-ME-06-04-2016-N43.pdf>. – Дата доступа: 19.01.2022.

2 Об утверждении инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: постан. М-ва финансов Респуб. Беларусь и М-ва экономики Респуб. Беларусь от 27 декабря 2011 г., № 140/206 [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/sanacija-i-bankrotstvo/Post-MF-ME-27-12-2011-N140-206.pdf>. – Дата доступа: 19.01.2022.

В. Ю. КАНАШ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Г. М. Пупко,**

канд. экон. наук, доц.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АУДИТА ОПЕРАЦИЙ ПО УЧЁТУ КРЕДИТОВ И ЗАЙМОВ

В современном мире роль кредитов и займов с каждым годом значительно увеличивается. С помощью привлечения заёмных средств решаются проблемы, стоящие перед организацией: кредит ускоряет процесс денежного обращения и играет большую роль в регулировании и развитии рыночных отношений.

У организаций всех форм собственности всё чаще возникает необходимость привлечения заёмных средств, для осуществления своей деятельности, своего развития и, как следствие, увеличения прибыли. Наиболее распространенными формами привлечения заёмных средств является получение банковского кредита по кредитному договору или же получение займа у сторонних организаций по договору займа.

Несмотря на кажущуюся простоту отражения в учёте организации полученных кредитов и займов, при аудиторских проверках выявляется довольно большое количество ошибок и нарушений.

Пути совершенствования аудита расчётов по кредитам и займам определяются исходя из типичных ошибок, допускаемых организациями. К ним относятся:

- отсутствие документов оформляющих, дополняющих или изменяющих кредитные отношения;
- нарушение формирования расходов по полученным кредитам и займам;
- ошибочное исчисление процентов по кредитам и займам, которые относятся к расходам, учитываемым при налогообложении;
- несоблюдение организациями принципов кредитования [1, с. 194].

Исходя из этих ошибок, существует необходимость в разработке руководств и планов по обучению аудиторов, чтобы они проводили эффективный анализ первопричин, который выявляет настоящие первопричины, а не поверхностные проблемы.

Планирование аудита является важным этапом аудиторской проверки. От того как аудитор определит состав планируемых аудиторских процедур, их объем, сроки и последовательность проведения, зависит эффективность и качество проведения проверки в организации. Также от этого зависит возможность снижения риска необнаружения существенных искажений в бухгалтерской отчетности до приемлемого уровня.

Рекомендуем выделять в плане аудита учета кредитов и займов (долгосрочных и краткосрочных) следующие вопросы:

- аудит сохранности заемных средств;
- аудит правильности документального оформления движения заемных средств;
- изучение расчета процентов по кредитам и займам;
- аудит правильности, достоверности и взаимной увязки показателей аналитического и синтетического учета расчетов по кредитам и займам;
- аудит правильности, достоверности и взаимной увязки показателей бухгалтерской отчетности по заемным средствам.

Для безопасности организаций, важно проверять, как именно оформлен кредит (заем), своевременно и правильно ли его учли, т.е. правильно ли отражена его стоимость и правильно ли рассчитаны проценты. Из-за этого знания, необходимые для правильного ведения учёта, анализа и аудита кредитных операций увеличивают свою значимость.

От правильности расчёта процентов по кредиту (займу), которые относятся к расходам, учитываемым при налогообложении, зависит финансовый результат организации, который влияет на налоги, уплачиваемые организацией в бюджет.

Также ошибки могут быть допущены при нецелевом использовании кредита и несоблюдении сроков уплаты основного долга и процентов по кредиту (займу). Вспомогательная ведомость проверки целевого использования кредита может быть представлена в виде таблицы 1, заполненной на фактических материалах транспортной организации Республики Беларусь.

Таблица 1 – Вспомогательная ведомость проверки целевого использования кредита

Период	Полученные суммы		Израсходованные суммы		Отклонение, руб.
	целевое назначение	сумма, руб.	целевое назначение	сумма, руб.	
Март	На закупку топлива	10 000	На закупку топлива	10 000	Не выявлено
	На закупку АКБ	65 150	На закупку АКБ	65 150	Не выявлено
	На закупку запчастей	15 735	На закупку запчастей	15 735	Не выявлено
	На закупку шин	58 300	На закупку шин	58 300	Не выявлено

Допущенные ошибки могут привести к наложению штрафа на организацию. Для их устранения бухгалтерии необходимо проводить мониторинг за состоянием расчётной дисциплины, больше внимания уделять проведению регулярных проверок расчётов по кредитам и займам. В таблице 2 представлена взаимная сверка данных при поступлении и погашении кредитов и займов (можно составлять в разрезе долгосрочных и краткосрочных заемных средств).

Таблица 2 – Взаимная сверка данных при поступлении и погашении кредитов (займов)

Документ	Дата	Основание	Сумма, руб.
Поступление кредита			
Банковская выписка	28.04.2020	Выдача кредита	345 000
Карточка счета	28.04.2020	Выдача кредита	345 000
Анализ счета	28.04.2020	Выдача кредита	345 000
Главная книга	28.04.2020	Выдача кредита	345 000
Погашение основного долга			
Банковская выписка	31.12.2020	Погашение кредита	304 090
Карточка счета	31.12.2020	Погашение кредита	304 090
Анализ счета	31.12.2020	Погашение кредита	304 090
Главная книга	31.12.2020	Погашение кредита	304 090

Постоянный мониторинг расчётов по кредитам и займам позволит устранить просрочку погашения основного долга и процентов, а в случаях, когда уже имеется просрочка, поможет контролировать состояние расчётов просроченной задолженности по кредиту или займу.

Таким образом, приведенные выше рекомендации будут иметь важное значение для обеспечения экономической безопасности организаций и совершенствования аудита расчётов по кредитам и займам. Законодательное и нормативное разрешение поставленных проблем, устранение отмеченных недостатков будет способствовать повышению качества бухгалтерского учёта и аудита кредитов и займов, и как следствие более эффективному использованию заёмных средств.

Список использованной литературы

1 Практический аудит: учеб. пособие / В. Н. Лемеш [и др.]; под ред. В. Н. Лемеш. – Минск : Амалфея, 2018. – 384 с.

Д. Л. КУЛАКОВСКАЯ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Г. М. Пупко**,

канд. экон. наук, доц.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЁТА И КОНТРОЛЯ РАСЧЁТОВ С ФОНДОМ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

Вопросы политики социальных гарантий и защиты населения для Республики Беларусь в настоящий момент являются весьма актуальными. В стране наблюдается процесс старения населения, который оказывает влияние на социальное обеспечение и здравоохранение, так как приводит к значительному росту расходов на пенсии, а также медицинское обслуживание. Увеличение числа неполных семей предполагает совершенствование социального законодательства в части гарантий дохода, а также ухода за малолетними детьми. Таким образом, перемены в экономике и духовной сфере Республики Беларусь влекут за собой перемены в системе социальной защиты населения страны.

В Республике Беларусь государственное социальное страхование представляет собой систему пенсий, пособий и других выплат ее гражданам за счет средств государственного внебюджетного Фонда социальной защиты населения (далее – ФСЗН) в случаях, предусмотренных законодательством.

На современном этапе становления социально-ориентированной рыночной экономики Республики Беларусь требуется создание действенного механизма формирования

ФСЗН, который даст возможность работникам организации быть материально обеспеченными в случае наступления непредвиденных ситуаций.

Расчеты по социальному страхованию и обеспечению дают информацию об отчислениях на социальное страхование и обеспечение работников, производимых за счет организации, а также за счет работников. За допущенные нарушения организация и ее руководитель несут ответственность, поэтому этому участку учета предъявляются особые требования. Кроме того, данный вид обязательных отчислений осуществляется за счет работодателя и включается в себестоимость продукции (работ, услуг), поэтому их размер влияет на себестоимость и, в конечном итоге, на финансовый результат, поэтому организация заинтересована в правильном начислении взносов, своевременности и полноте расчетов с ФСЗН.

При проверке учета операций по социальному страхованию и обеспечению выявляются следующие типичные ошибки: неправильное определение объекта для начисления обязательных страховых взносов; несвоевременное представление или представление в органы ФСЗН недостоверной отчетности; нецелевое использование средств ФСЗН; ошибки в исчислении пособий за счет средств ФСЗН; неверное определение даты возникновения права на пособие по уходу за ребенком; неверное определение совокупного дохода на члена семьи при назначении пособия на детей старше трех лет; неверное определение права на надбавку к пособию на детей до трех лет. В целях недопущения подобных ошибок предлагаются следующие пути совершенствования бухгалтерского учета расчетов по социальному страхованию и обеспечению.

Плательщикам обязательных страховых взносов необходимо представлять в ФСЗН по месту постановки на учет установленные законодательством сведения и отчетность, расчеты, справки, иные материалы и сведения, связанные с начислением и уплатой обязательных страховых взносов. Закрепление в графике документооборота ответственных за предоставление в бухгалтерию листков нетрудоспособности и протоколов назначения пособий позволит своевременно назначать пособия, правильно производить их расчет, что в свою очередь позволит избежать нецелевого использования средств ФСЗН. Единой, определенной законодательством, формы графика документооборота не существует. Предприятию следует разработать график самостоятельно, исходя из особенностей осуществляемой деятельности. В график документооборота целесообразно включить весь перечень первичных документов, указать сроки проведения операций с ними, а также ответственных лиц за составление и их движение в организации. Исполнители графика документооборота должны быть ознакомлены с ним под роспись. Контроль над соблюдением графика документооборота предлагается возложить на главного бухгалтера организации.

Разработка и закрепление в рабочем альбоме форм первичных учетных документов Ведомости по начислению обязательных страховых взносов в ФСЗН позволит вести учет расчетов по социальному страхованию и обеспечению более эффективно и с меньшей трудоемкостью. В ведомости необходимо отразить объект для начисления обязательных страховых взносов, то есть выплаты всех видов в денежном и натуральном выражении, начисленные в пользу работающих граждан по всем основаниям независимо от источников финансирования за исключением выплат, предусмотренных Перечнем выплат, на которые не начисляются взносы по государственному социальному страхованию, в том числе по профессиональному пенсионному страхованию, в бюджет государственного внебюджетного фонда социальной защиты населения Республики Беларусь и по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах», утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 25.01.1999 г., № 115 (в редакции от 29 августа 2019 г., № 575) [1].

Таким образом, внедрение в работу бухгалтерии такой ведомости позволит избежать неправильного определения объекта для начисления обязательных страховых взносов.

Законодательством о государственном социальном страховании предусмотрены обязательные к представлению в органы ФСЗН отчеты и сведения и установлены сроки их представления. В настоящее время предлагается разработка программ для удобного ведения персонифицированного учета посредством переноса данных на корпоративный портал ФСЗН, а также проведение программно-технического переоснащения ФСЗН и модернизация центров обработки данных. Необходимо совершенствовать взаимодействие бухгалтерских программ, используемых в организации и программы «Ввод ДПУ», разработанной ФСЗН, а также корпоративного портала Фонда, которое приведет к сокращению времени на подачу, обмен и обработку информации между плательщиком и органами фонда. Такое информационное взаимодействие позволит своевременно, достоверно и в полном объеме предоставлять отчетность и иные сведения в органы ФСЗН. В целях недопущения административных правонарушений нанимателю целесообразно приказом назначить ответственных за представление ДПУ в органы ФСЗН.

Таким образом, внедрение предложенных рекомендаций позволит повысить уровень внутреннего контроля расчетов по социальному страхованию и обеспечению, привести ведение бухгалтерского учета в строгое соответствие законодательству и избежать штрафных санкций контролирующих органов.

Список использованной литературы

1 Об утверждении перечня выплат, на которые не начисляются взносы по государственному социальному страхованию, в том числе по профессиональному пенсионному страхованию, в бюджет государственного внебюджетного фонда социальной защиты населения республики Беларусь и по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах»: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 25 янв. 1999 г., № 115: в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 29.08.2019 г., № 575 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021. – Дата доступа: 29.12.2021.

Л. А. ЛОГИНОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА ОСНОВЕ КОМПЛЕКСНОЙ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

В настоящее время повышение эффективности банковских операций является важной стратегической задачей для банков, большинство из которых прикладывают значительные усилия для улучшения своего финансового состояния.

Немаловажное значение при оценке финансового состояния имеет выбор методики, которая должна обеспечивать высокую достоверность полученных данных, компактность подбора показателей и возможность сравнительной оценки по выдвигаемому критерию. Особый интерес для сравнительного анализа представляет комплексная оценка финансового состояния банка, в основе которой лежит методика В. Кромонава. Система показателей этой методики включает в себя шесть коэффициентов, характеризующих финансовое состояние банка.

Применение коэффициентной методики В. Кромонава позволяет дать оценку финансового состояния одновременно нескольких банков с точки зрения соотношения

различных (в том числе ликвидных и защищенных) статей баланса банков с общей величиной их средств и капитала [1, с. 16-17].

Проведем сравнительный анализ финансового состояния двух банков, имеющих схожие параметры по объему активов, собственных и привлеченных средств [2, 3]. Рассчитаем коэффициенты для ЗАО «Альфа-Банк» и ЗАО «Банк ВТБ» за период 2019-2020 гг. в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные ЗАО «Альфа-Банк» и ЗАО «Банк ВТБ» и расчет коэффициентов по методике В. Кромонава

Показатели	ЗАО «Альфа-Банк»		ЗАО «Банк ВТБ»	
	2019 г.	2020 г.	2019 г.	2020 г.
Уставный капитал, тыс. руб.	101 369	101 369	117 562	117 562
Собственный капитал, тыс. руб.	390 432	511 422	257 970	297 415
Обязательства до востребования, тыс. руб.	2 417 656	2 833 073	111 552	1 503 492
Суммарные обязательства, тыс. руб.	2 442 539	2 881 343	147 722	1 737 249
Ликвидные активы, тыс. руб.	2 737 935	3 292 874	165 397	1 947 883
Резервный фонд, тыс. руб.	439 732	498 710	12 252	13 791
Доходные (работающие) активы, тыс. руб.	2 613 590	3 119 771	160 980	1 889 591
Защищенный капитал, тыс. руб.	52 255	57 787	47 118	41 197
Выданные кредиты, тыс. руб.	1 636 584	2 113 648	124 645	894 522
Генеральный коэффициент надежности (K1)	0,15	0,16	0,16	0,157
Коэффициент мгновенной ликвидности (K2)	1,13	1,16	1,48	1,30
Кросс-коэффициент (K3)	1,49	1,36	1,19	1,94
Генеральный коэффициент ликвидности (K4)	1,14	1,16	1,15	1,14
Коэффициент защищенности капитала (K5)	0,13	0,11	0,18	0,14
Коэффициент фондовой капитализации (K6)	3,85	5,05	2,19	2,53

Сопоставляя данные таблицы 1 с соответствующими нормативными значениями рассчитанных коэффициентов надежности, определяем интегральные индексы надежности по следующей формуле (формула 1):

$$N = 45 \times K_1 + 20 \times K_2 + \frac{10 \times K_3}{3} + 15 \times K_4 + 5 \times K_5 + \frac{5 \times K_6}{3}, \quad (1)$$

где N – общий показатель финансового состояния банка.

Таблица 2 – Расчет индексов надежности ЗАО «Альфа-Банк» и ЗАО «Банк ВТБ» по методике В. Кромонава за 2019–2020 гг.

Показатели	Расчет	Полученное значение
ЗАО «Банк ВТБ»	$N_{2019}=45 \times 0,16 + 20 \times 1,48 + 10 \times 1,193 + 15 \times 1,15 + 5 \times 0,18 + 5 \times 2,19$	62,57
	$N_{2020}=45 \times 0,157 + 20 \times 1,3 + 10 \times 1,943 + 15 \times 1,14 + 5 \times 0,14 + 5 \times 2,533$	61,55
ЗАО «Альфа-Банк»	$N_{2019}=45 \times 0,15 + 20 \times 1,13 + 10 \times 1,493 + 15 \times 1,14 + 5 \times 0,13 + 5 \times 3,85$	58,48
	$N_{2020}=45 \times 0,16 + 20 \times 1,16 + 10 \times 1,363 + 15 \times 1,16 + 5 \times 0,11 + 5 \times 5,053$	61,3

Максимальная величина индекса надежности равна – 100. Чем выше данный индекс, тем более надежен и финансово устойчив банк.

По результатам сравнительного анализа финансового состояния банков можно сделать вывод, что ЗАО «Альфа-Банк» и ЗАО «Банк ВТБ» имеют средний уровень надежности: коэффициенты надежности равны 61,3 и 61,5 соответственно.

С целью повышения уровня надежности ЗАО «Альфа-Банк» и ЗАО «Банк ВТБ», поддержания положительной динамики показателей, характеризующих финансовое

состояние, необходимо реализовать следующие направления улучшения надежности и финансовой устойчивости исследуемых банков:

- развитие ипотечного кредитования и рефинансирование;
- выпуск и распространение мультивалютных банковских карточек;
- внедрение в практику работы банка скоринговой модели STATISTICA DataMiner;
- активизация рекламной деятельности банковских продуктов посредством использования блогерской сети услуг и др.

Таким образом, комплексный сравнительный анализ финансового состояния банков по методике В. Кромонава позволяет не только сопоставить результаты их деятельности и определить уровень развития, но и способствует разработке направлений, позволяющих улучшить финансовое состояние банков.

Список использованной литературы

- 1 Бобыль, В. В. Методика применения показателей системы риск-менеджмента / В. В. Бобыль // Банкаўскі веснік. – 2014. – № 6 (611). – 72 с.
- 2 Официальный сайт ЗАО «Банк ВТБ» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.vtb.by/>. – Дата доступа: 17.01.2022.
- 3 Официальный сайт ЗАО «Альфа-Банк» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.alfabank.by/>. – Дата доступа: 17.01.2022.

МО ШАОЦУН

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. С. Родионова**

МЕТОДЫ УСТРАНЕНИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ НЕДОСТАТКОВ КОНТРОЛЯ КРУПНЫХ ДЕНЕЖНЫХ ОПЕРАЦИЙ В КИТАЕ

С быстрым развитием экономики и общества Китая масштабы и количество транзакций между хозяйствующими субъектами продолжают расти, а с быстрым развитием финансовой электроники в последние годы безналичные платежные и расчетные инструменты, представленные банковскими картами и онлайн-банкингом, быстро стали универсальными. Однако объем наличных средств, используемых для операций между хозяйствующими субъектами, не сократился, а продолжает сохранять тенденцию к быстрому росту. Серьезной проблемой является значительное увеличение крупных операций с наличными деньгами между хозяйствующими субъектами. Поэтому очень важно совершенствовать политику управления крупными суммами наличности и усилить контроль их использования.

С развитием рыночной экономики Китая правила управления операциями с денежными средствами не дали четкого определения новой ситуации, что привело к новым проблемам, таким как массовое использование наличных расчетов в товарных операциях частных предприятий и предпринимателей, снятие большого количества наличных денег с помощью кредитных карт и перевод средств на расчетные счета. В результате операции с крупными денежными суммами в больших объемах становятся основным способом отмывания денег. Контроль операций с денежными средствами влияет на развитие предприятий, функционирование и стабильность рынка и даже экономическую безопасность страны.

Выделим основные институциональные недостатки контроля крупных денежных операций в Китае:

- 1 На личных расчетных счетах физических лиц отсутствуют ограничения на ввод и вывод наличных. Физические лица не связаны правилами управления денежными

средствами при использовании наличных денег и могут снимать наличные по желанию, пока баланс счета не превышен.

2 Отсутствуют ограничения на расчеты с аффилированными лицами, меры по администрированию транзакций на крупную сумму и необходимость сообщения о подозрительных транзакциях финансовых учреждений. Поэтому необходимо изменить и усовершенствовать финансовые законы и нормативные акты и ограничить возможности расчетов наличными для частных предприятий и физических лиц.

3 Отсутствуют банковские ограничения на ввод и вывод наличных средств с открытых счетов юридических лиц. Банки порой игнорируют источники крупных сумм наличных денег, и даже намеренно скрывают незаконный источник наличных денег. Незаконное использование наличных со счета делает управление денежными средствами бесполезным и ослабляет функцию управления денежными средствами в банках. Некоторые банки рекомендуют клиентам открывать несколько счетов.

4 Отсутствует ограничения на перевод средств между индивидуальными расчетными счетами.

5 Отсутствует система согласования и увязки с законами и нормативными актами по борьбе с отмыванием денег, которая ограничивается управлением крупными суммами наличных денег.

Ввиду институциональных недостатков нынешнего контроля за крупными денежными операциями предлагается пять методов их устранения и содействия более научному, стандартизированному, разумному и оптимальному развитию управления крупными операциями с денежными средствами в Китае.

Во-первых, усовершенствовать существующую систему управления и уточнить обязанности банковской отрасли по управлению денежными средствами. Пересмотреть и усовершенствовать правила управления денежными средствами и правила их применения, такие как лимит остатков, объем использования наличных средств. Уточнить полномочия и обязанности Народного банка Китая и банковских финансовых учреждений по управлению денежными средствами. Предложение состоит в том, чтобы сформулировать меры по надзору и управлению крупными депозитами и снятием крупных сумм наличных.

Во-вторых, поощрять использование инструментов безналичных расчетов и ускорять процесс электронных платежей. Чтобы решить проблему необходимо активно продвигать инструменты безналичных расчетов и активно создавать хорошую платежную среду.

В-третьих, строго осуществлять процесс аудита крупных операций с наличностью и усилить их проверку. Народный банк Китая должен усилить надзор и администрирование, чтобы банковская отрасль своевременно сообщала о крупных подозрительных операциях с наличными денежными средствами в Центр мониторинга по борьбе с отмыванием денег Китая.

В-четвертых, улучшить качество отчетов по крупным операциям с наличными в банковской сфере, осуществлять обмен информацией и мониторинг крупных кассовых операций в Интернете.

В-пятых, использовать экономические и неэкономические средства для внедрения новой модели управления крупными операциями с денежными средствами.

Предлагаемые способы усиления нового режима управления крупными денежными операциями:

- внедрить систему взимания платы за внесение и снятие наличных в крупных размерах с расчетных счетов;

- установить трехуровневую систему одобрения крупного снятия наличных и систему резервирования для крупного снятия наличных. Трехуровневая система утверждения крупных операций по снятию наличных определяет управленческую ответственность членов

структуры, управляющих денежными средствами и старших менеджеров, а также предоставляет им полномочия по утверждению. Система бронирования для крупного снятия наличных подразумевает необходимость резервирования в банке крупной суммы наличных денежных средств в устной или письменной форме как минимум за сутки;

– создание механизма административной проверки правоохранительными органами с участием Народного банка Китая.

Новый режим управления крупными денежными операциями заключается в сосредоточении внимания на углублении контроля, в сочетании с расследованием и блокированием, а также в использовании экономических и неэкономических средств для усиления мониторинга и инспектирования.

Предлагаемые методы устранения институциональных недостатков контроля крупных денежных операций помогут обеспечить надежную основу для разработки научно обоснованной и разумной политики управления операциями с денежными средствами в Китае.

У. А. ШКАТУЛА

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Е. П. Глинник**,

канд. экон. наук, доц.

ВИДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ОТРАЖЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЁТЕ

Главной целью деятельности организации является успешное ведение бизнеса, позволяющее получать и наращивать прибыль. Для ее достижения в организациях сферы товарного обращения широко применяются инструменты маркетинга, в том числе товарная политика, каналы сбыта, цена, реклама, сервисное обслуживание и другие [1].

В настоящее время для увеличения объемов продаж, а также для привлечения новых покупателей набирают популярность различные формы стимулирования продаж, среди которых программы лояльности, рекламные акции, фишечные акции, скидочные и бонусные карты, рекламные игры и другие. В этой связи актуальность приобретают проблемы классификации и учета маркетинговых инструментов ввиду их разнообразия.

Сравнительный анализ использования таких маркетинговых инструментов позволил выявить их преимущества и недостатки, особенности отражения в бухгалтерском учете (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика маркетинговых инструментов и их отражение в бухгалтерском учете в розничной торговой сети

Наименование формы стимулирования продаж и ее определение	Порядок отражения в бухгалтерском учете			Форма применения
	Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит	
1	2	3	4	5
Акция – это предоставление товара по сниженной цене. Цена снижается на сумму скидки. Скидка — это добровольное, одностороннее снижение стоимости товара продавцом.	1 При реализации товаров со скидкой методом «красное сторно» корректируется сумма НДС в цене товара, реализованного со скидкой	41 «Товары», субсчет 41-2 «Товары в розничной торговле»	42 «Торговая наценка», субсчет 42-3 «НДС в цене товаров».	Для распространения информации о скидках разрабатывается листовка с акционными товарами. Скидки на товары в рамках акций магазина могут достигать до 50%, в среднем 20-25%.
	2 Методом «Красное сторно» корректируется сумма торговой надбавки в цене товара, реализованного со скидкой	41 «Товары», субсчет 41-2 «Товары в розничной торговле»	42 «Торговая наценка», субсчет 42-1 «Торговая наценка»	

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
	3 Отражается выручка от реализации товаров со скидкой в рознице [2].	50 «Касса» 57 «Денежные средства в пути», субсчет 57-4 «Расчеты по банковским платежным карточками»	90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», субсчет 90-1 «Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг»	В учете аналогично отражаются скидки: - на торговую надбавку; - на определенные товары участникам программы лояльности; - «Черная пятница»; - в День рождения; - студентам и другие.
Фишечная акция - получение покупателями на кассе при покупке товаров на определенную стоимость специальных фишек (наклеек), которые при полном наборе позволяют покупателю получить предусмотренный магазином и рекламной кампанией бонус – покупать товар со скидкой.	1 Поступление в организацию рекламных буклетов и наклеек (фишек) по их фактической себестоимости (аналитический учет рекламных буклетов и фишек ведется по их видам, местам хранения и выдачи)	10 «Материалы»	60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»	Фишечные акции проводятся на постоянной основе и охватывают определенный период времени. Все условия предусмотрены рекламной кампанией и совершаемые сделки регулируются ее правилами. Чаще всего такая акция проводится на бытовую технику, посуду и иные кухонные принадлежности.
	2 Списывается стоимость бесплатного распространения рекламных буклетов и фишек среди покупателей (рассматривается как часть рекламной политики организации, направленной на увеличение объема продаж)	44 «Расходы на реализацию»	10 «Материалы»	
	3 Списывается стоимость бесплатного распространения рекламных буклетов и фишек на финансовый результат (учитываются при налогообложении прибыли в составе затрат)	90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», субсчет 90-6 «Расходы на реализацию»	44 «Расходы на реализацию»	
Рекламная игра - это деятельность организации, осуществляемая в целях стимулирования реализации товаров и обеспечивающая розыгрыш выигрышей между участниками рекламной игры	1 Отражается поступление товаров, включенных в состав призового фонда, для реализации	41 «Товары», аналитический счет «Товары, включенные в состав призового фонда»	60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»	Рекламная игра проводится в фиксированный период времени. Для участия в ней покупатель должен приобрести товар-партнер на определенную сумму и получить на кассе «скретч-карту», которая позволяет получить моментальный приз или уникальный код для участия в розыгрыше главных призов.
	2 Перечислены организатором на специальный счет денежные средства, определенные в составе призового фонда	55 «Специальные счета в банках»	51 «Расчетные счета»	
	3 Размер призового фонда (стоимость всех призов и денежных средств) признается расходами на рекламу (аналитический учет ведется в разрезе каждого победителя для целей исчисления подоходного налога с физических лиц) [5].	44 «Расходы на реализацию»	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» субсчет «Расчеты с победителями рекламной игры»	

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5
Благотворительная акция - это проект, прибыль от которой перечисляется на благотворительные цели, как в полной сумме, так и в % от цены каждого проданного товара.	1 Отражается сумма перечисленных денежных средств в качестве безвозмездной помощи.	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»	51 «Расчетные счета»	Подразумевает перечисление определенной установленной суммы с каждой покупки определенного благотворительной акцией товара в детские деревни, детские дома и иные организации. На сайте публикуется отчет об использовании спонсорской помощи и отчет о перечислении сумм за время акции по месяцам.
	2 Признаются прочими расходами по текущей деятельности организации перечисленные денежные средства в качестве безвозмездной помощи [6].	90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» субсчет 90-10 «Прочие расходы по текущей деятельности»	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»	

Таким образом, рассмотренные виды маркетинговых инструментов, применяемых в розничной торговой сети с целью привлечения покупателей и увеличения продаж, требуют правильного их отражения на счетах бухгалтерского учета, что позволит своевременно формировать отчетность и анализировать их эффективность.

Список использованной литературы

- 1 Маркетинг и его инструменты / Информационная система VSTECB [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://is.vstecb.cz/do/5610/pr/zkcj/OB/E/RJ/t09/e_rj_t09.html. – Дата доступа: 15.01.2022.
- 2 Учитываем предоставленные скидки / Главный бухгалтер [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/uchityvaem-predostavlennye-skidki>. – Дата доступа: 15.01.2022.
- 3 Если в обмен на бонусные баллы предоставляется скидка / Ilex.by [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://ilex.by/esli-v-obmen-na-bonusnye-bally-predostavlyetsya-skidka/>. – Дата доступа: 15.01.2022.
- 4 Шпаргалка для бухгалтера: учет скидок в розничной торговле / Главный бухгалтер [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.gb.by/aktual/shpargalka-dlya-bukhgaltera-uchet-skidok>. – Дата доступа: 15.01.2022.
- 5 Проводим рекламную игру: как быть с учетом и налогами? / Главный бухгалтер [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/provodim-reklamnuyu-igru-kak-byt-s-uchet>. – Дата доступа: 15.01.2022.
- 6 Оказываем безвозмездную помощь / Белорусская универсальная товарная биржа [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/okazyvaem-bezvozmezdnuyu-pomosch/>. – Дата доступа: 15.01.2022.

И. С. ЩУРОВ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **В. В. Ковальчук,**

канд. экон. наук, доц.

ИННОВАЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ БАНКОВ

В настоящее время развитие финансовых институтов в значительной мере определяет наращивание ресурсной базы банков, определяемое во многом их депозитной политикой.

При формировании депозитной политики многими банками определяется в качестве одной из важнейших целей привлечение средств физических лиц. Для этого банки стремятся использовать маркетинговые приемы: инновационные депозитные продукты, рекламу и выпуск сберегательных сертификатов и др

Некоторые белорусские банки сегодня предлагают вкладчикам, имеющим карточки их банка, срочный отзывной или безотзывный банковский интернет-депозит. Преимущество использования интернет-депозита для клиента заключается в получении возможности управления своими накоплениями через Интернет либо инфокиоски с использованием своей банковской платежной карточки, не посещая структурные подразделения банка. Вкладчик при этом может пополнять вклад, осуществлять капитализацию процентов или получать проценты на карточку.

Расчет экономического эффекта от использования интернет-депозитов в ОАО «Технобанк» приведен в таблице 1. Расчет экономического эффекта осуществляется с тем условием, если бы 1000 руб. вкладов одного вкладчика в 2021 г. оформлялись как интернет-вклады.

Таблица 1 – Расчет экономического эффекта при замене традиционных вкладов интернет-вкладами в ОАО «Технобанк»

В тысячах рублей			
Показатели	Традиционные депозиты	Интернет-депозиты	Отклонение (+/-)
1 Размер привлечения	1 000,0	1 000,0	0,0
2 Отчисления в обязательные резервы (4 % для нацвалюты)	40,0	40,0	0,0
3 Размеры вкладов, остающиеся банку	960,0	960,0	0,0
4 Средняя процентная ставка по вкладу в 2021 г. (нацвалюта), %	13,0	13,2	0,2
5 Процентные расходы	130,0	132,2	2,2
6 Операционные расходы в процентах от вклада, %	2,0	0,5	-1,5
7 Операционные расходы	19,2	4,8	-14,4
8 Расходы всего	149,2	137,0	-12,2
9 Ставка размещения, %	15,9	15,9	0,0
10 Процентные доходы	159,0	159,0	0,0
11 Чистые доходы (стр.10-стр.8)	9,8	22	12,2
12 Налог на прибыль (25 %)	2,5	5,5	3
13 Чистая прибыль	7,3	16,5	9,2

Данные таблицы 1 показывают, прежде всего, что, на примере суммы привлечения таких вкладов в сумме 1 000 тыс. руб. экономический эффект для банка заключается в снижении уровня операционных издержек. В результате, если принять, что удельные операционные затраты на интернет-депозит не превышают 0,5 % от размера вклада (при традиционном депозите 2,0 %), то это даст банку возможность увеличить и процент по вкладу для клиента, и процентную маржу, получив на четверть больше чистой прибыли, чем при обычном депозитном обслуживании.

Еще одним способом привлечения средств населения во вклады является выпуск сберегательного сертификата. Сберегательный сертификат является и ценной бумагой, и, по сути, депозитом [1].

В таблице 2 рассмотрим виды и условия, предлагаемых к выпуску сберегательных сертификатов.

Таблица 2 – Виды и характеристика, предлагаемых к выпуску сберегательных сертификатов

Наименование	Электронный Сберегательный сертификат1	Электронный Сберегательный сертификат 2
Вид сберегательного сертификата	На предъявителя	На предъявителя
Срок обращения	370 дней	180 дней
Процентная ставка	18% годовых	15% годовых
Минимальная сумма вклада	500 рублей	500 рублей
Периодичность выплаты процентов	Одновременно с погашением	Одновременно с погашением
Валюта	Белорусские рубли	Белорусские рубли

В результате выпуска банком электронных сберегательных сертификатов изменится состав и структура портфеля ценных бумаг, эмитированных банком, а также будет наблюдаться рост стоимости портфеля ценных бумаг с возможностью дальнейшего его использования при осуществлении доходных активных операций.

Активизировать привлечение ресурсов под продажу электронных сберегательных сертификатов банкам возможно с помощью предоставления соответствующих льгот покупателю, основными среди которых являются:

- повышенная годовая ставка по электронному сертификату;
- возможность использования электронного сертификата в качестве обеспечения по кредиту;
- пониженная кредитная ставка при кредитовании держателя электронного сертификата.

Таким образом, предложения по активизации операций, связанных с размещением инновационных банковских продуктов, таких как интернет-депозиты и электронные сберегательные сертификаты, будут способствовать привлечению вкладов населения, стабилизации и расширению ресурсной базы банка.

Список использованной литературы

1 Рынок ценных бумаг Беларуси: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://docplayer.ru/26272910-Rynok-cennyh-bumag-belarusi-problemy-i-perspektivyrazvitiya.html>. – Дата доступа: 15.01.2022.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

А. А. АНТОНЧИКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

БАНКОВСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Банки играют важную роль в экономике страны и являются главными институтами перераспределения денежных средств. Выполняя свою регулирующую функцию, банки должны влиять на сбалансированное и динамичное развитие экономики, увеличивая финансирование той или иной отрасли. Заёмные ресурсы банков используются предприятиями для расширения производства и обращения продукции, а физическими лицам – для удовлетворения потребительских нужд. Как фундаментальная составляющая деятельности банка кредитование служит значительным источником инвестиций, способствует непрерывности и ускорению воспроизводственного процесса, укреплению экономического потенциала субъектов хозяйствования и занимает основное место среди приносящих доход активных операций банка.

В период с 2015 года по 2019 год на капитальные инвестиции было потрачено 59,4 млрд. долл. США, в среднем 11,9 млрд долл. в США в год. Собственные средства предприятий занимали 40 %, государственный вклад составил 22 %, 11,7 % приходилось на средства граждан, 15,5 % – это кредиты и займы. Большая часть инвестиций обслуживала государственные предприятия [1]. Как видно большая часть ресурсов приходилась на государственную поддержку, а не на банковские ресурсы. В 2019 году, по данным официальной статистики, сохранялась тенденция роста инвестиционной активности. Инвестиции в основной капитал составили 28,7 млрд. руб. Инвестиции в основной капитал выросли на 5,1 % по сравнению с 2018 годом, что почти в 5 раз выше, чем прирост ВВП. Инвестиции в основной капитал в структуре инвестиций составляли 40 %, что предусматривало ускорение технологического обновления производства. В этом же году в Республику Беларусь было привлечено 10,0 млрд. долл. США, в том числе 7,2 млрд. долл. США прямых инвестиций. Объем прямых иностранных инвестиций на чистой основе составил 1,3 млрд. долл. США [2]. Инвестиции в основной капитал в 2020 году составили 29,6 млрд. руб. Приток иностранных инвестиций в экономику составил 8 680,2 млн. долл. США, из них 6 006,0 млн. долл. США или 69,20% – прямые иностранные инвестиции, 4,8 млн. долл. США или 0,06% – портфельные, 2 669,4 млн. долл. США или 30,74% – прочие. [3]. Инвестиции в основной капитал в январе-октябре 2021 года снизились на 7,8 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 23,3 млрд. рублей (таблица 1). Уменьшение инвестиционной активности было зарегистрировано во всех регионах, кроме Минской области.

Таблица 1 – Инвестиции в основной капитал в январе-октябре 2021 года

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г. (январь-октябрь)
Инвестиции в основной капитал, млрд. рублей	18 710,0	21 033,7	25 004,4	28 798,9	29 633,4	23 334,0

Банковский капитал также продолжает участвовать в финансировании экономики, несмотря на то, что в 2021 году белорусские банки работали в условиях санкций и неустойчивости ресурсной базы банков. Как свидетельствуют данные таблицы 2, основные показатели финансовой стабильности были выполнены [4].

Таблица 2 – Показатели устойчивости банковской системы

Показатель	Нормативное значение	Фактическое значение		
		01.01.2021	01.04.2021	01.07.2021
Достаточность нормативного капитала, %	Не менее 12,5	17,2	18,4	18,3
Показатель покрытия ликвидности, %	Не менее 100,0	122,9	126,9	114,4

Регулятор на основе рефинансирования обеспечивал текущую ликвидность, что позволило обеспечить кредитную подпитку реального сектора экономики. За январь – июнь 2021 года сумма кредитов, выданных юридическим лицам, увеличилась в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 1,2 % и составила 41,3 млрд. руб.

В отраслевом разрезе объёмы банковских кредитов распределились следующим образом: сельское (1 млрд. руб.), лесное и рыбное хозяйство – 2,3 %; промышленность – 48,1 % (19,9 млрд. рублей); оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов – 38,5 %; строительство 3,8 %; транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность – 3,7 %; прочие – 3,6 %. Как видно наибольшая сумма кредитов была выдана промышленности и организациям торговли. Банки предпочитали выдавать краткосрочные кредиты юридическим лицам на фоне снижения долгосрочных на 31 %.

Годовые темпы прироста требований банков к юридическим лицам на 01.07.2021 года составили 8,7 %. Кредитный портфель банков в части физических лиц с начала текущего года незначительно вырос. Требования банков к физическим лицам с начала года увеличились на 0,9 %. Годовые темпы прироста требований банков к экономике на 01.07.2021 года составили 7,8 % [4].

В целом можно отметить, что белорусские банки продолжают финансировать экономику, однако собственных ресурсов у них недостаточно в объёмах, требуемых для её быстрого восстановления и развития. Поэтому имеющиеся кредитные ресурсы банков следует эффективно использовать и, в первую очередь, направлять в те отрасли и сферы, где прогнозируется высокий показатель отдачи.

Список использованной литературы

1 Инвестиции в основные средства: в поисках здравого смысла [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/investicii-v-osnovnye-sredstva-v-poiskah-zdravogo-smysla/>. – Дата доступа: 02.02.2022.

2 Беларусь: экономический обзор [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://www.minfin.gov.by/upload/gosdolg/vneshniy/Belarus_Macroeconomic_Snapshot_2019_rus.pdf. – Дата доступа: 03.02.2022.

3 Результаты инвестиционной политики [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/ru/pezzultat-ru/>. – Дата доступа: 01.02.2022.

4 Обеспечение финансовой стабильности в первом полугодии 2021 года [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/top/pdf/mogilevich_07-21.pdf. – Дата доступа: 03.02.2022.

Е. А. БРИЧИКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Иванова**

ОБОСНОВАНИЕ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Проблема выбора системы налогообложения в условиях действующего налогового законодательства возникает у многих коммерческих организаций, как на стадии становления бизнеса, так и в процессе его функционирования. Особую актуальность эта проблема приобретает для субъектов малого бизнеса и производителей сельскохозяйственной продукции, которые имеют право выбора между общей системой налогообложения и особыми режимами с уплатой налога при упрощенной системе налогообложения (УСН) или единого налога для производителей сельскохозяйственной продукции [1]. Большинство указанных коммерческих организаций могут применять общий или особый режимы налогообложения при наличии определенных условий (таблица 1).

При применении общей системы налогообложения коммерческая организация уплачивает все основные налоги, предусмотренные Налоговым Кодексом Республики Беларусь. Кроме этого, данная система налогообложения обязательна для хозяйствующих субъектов, которые по закону не могут применять специальные режимы налогообложения (средний и крупный бизнес).

Главными преимуществами общего режима налогообложения являются:

- возможность применения вне зависимости от вида деятельности, показателей выручки, стоимости имущества и других показателей, т.е. данный режим является универсальным и не имеет ограничений;
- возможность создания филиалов, представительств и других обособленных подразделений.

В качестве главных недостатков следует отметить, что коммерческие организации, применяющие общую систему налогообложения, должны вести бухгалтерскую, налоговую, статистическую отчетность в полном объеме и представлять ее уполномоченным органам со строгой периодичностью. В связи с этим возрастают как трудовые, так и денежные расходы на ведение учета и отчетности, что особенно обременительно для малого бизнеса. Кроме того, в большинстве случаев, налоговая нагрузка таких налогоплательщиков значительно выше, чем хозяйствующих субъектов, применяющих особые налоговые режимы, но есть и исключения из общего правила.

Особые налоговые режимы предусматривают особый порядок определения элементов налогообложения, а также освобождение от обязанности по уплате отдельных налогов и сборов, предусмотренных Налоговым кодексом Республики Беларусь.

Таблица 1 – Характеристика режимов налогообложения

Виды налогов и сборов	Общий режим налогообложения	Налог при УСН
Отчисления в ФСЗН	+	+
НДС	+	- или +
Налог на прибыль	+	–
Налог на недвижимость	+	- или +
Земельный налог	+	–
Экологический налог	+	–

Применение особых налоговых режимов предполагает ведение упрощенного порядка бухгалтерского и налогового учета. Поэтому главное достоинство специальных налоговых режимов – относительная простота как для налогоплательщиков, так и для органов налогового администрирования.

В качестве наиболее существенного недостатка особых режимов можно выделить проблему критериев – ограничение по численности работников, величине доходов и других показателей. Не учитываются также различия налогоплательщиков по прибыльности в зависимости от региональных особенностей, отраслевой принадлежности и др. Особые режимы налогообложения отличаются добровольным характером применения, за исключением отдельных. При этих налоговых режимах уплата одного налога заменяет несколько налогов. Однако не во всех случаях для организации упрощенный режим выгоден, что подтверждается расчетами, выполненными для ООО «ИндексАвто» (таблица 2).

Таблица 2 – Расчет налогов при применении общей системы налогообложения и налога при УСН

Показатели	Общая система налогообложения	УСН
Выручка, тыс. руб.	704,0	704,0
Полная себестоимость, тыс. руб.	736,0	736,0
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	–	–
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	–	–
Налоговые платежи:	6,3	41,5
Налог при УСН	х	35,2
Отчисления в фонд социальной защиты населения	6,3	6,3
НДС начисленный	140,8	–
НДС входной	180,4	–
НДС к уплате	–	–
Налог на недвижимость	–	–
Земельный налог	–	–
Налог на прибыль	–	–

Следовательно, если бы исследуемая организация применяла общую систему налогообложения, то налоговые платежи, подлежащие уплате за год, составили бы 6,3 тыс. руб. Более того, поскольку налоговые вычеты превышают начисленный НДС, то к возврату из бюджета подлежало бы 39,6 тыс. руб. Поэтому действующий в организации особый режим налогообложения только упрощал и минимизировал субъективные факторы при организации налогового процесса, освобождал от подачи деклараций по НДС и налогу на прибыль. Но совершенно очевидно, что он был абсолютно невыгоден организации с позиции налоговой нагрузки. Налоговая нагрузка исследуемой организации при переходе на общий режим снизилась на 2,84 п. п. и составила 3,06 %, что значительно ниже аналогичного показателя по экономике в целом. Поэтому совершенно очевидно, что УСН при всей ее простоте и наименьшей трудоемкости, является абсолютно невыгодной для исследуемой организации.

Список использованной литературы

1 Налоговый Кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk090007>. – Дата доступа: 16.01.2022.

Я. С. ГАПЕЕВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

К ВОПРОСУ КРЕДИТОВАНИЯ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ

Роль и значение банковского кредитования экономики трудно переоценить, особенно для развивающихся стран, где слабо развит внутренний рынок ссудных капиталов. В настоящий период белорусская экономика настоятельно требует значительных инвестиционных вливаний для своего развития и получения конкурентных преимуществ. Экономике страны в 2022 году потребуются кредиты на сумму порядка 4 млрд долл. США [1].

Эффективность кредитования экономики должна выражаться в стабильном развитии экономики, устойчивом экономическом росте, инвестиционной активности, инновационном развитии, повышении качества и уровня жизни населения.

Официальная статистика республики прогнозирует рост ВВП в 2022 году на 2,9 %, который, соответственно, должен быть обеспечен кредитной подпиткой со стороны финансового рынка. Однако оптимистический индикативный показатель роста ВВП может быть скорректирован под влиянием многих факторов, прежде всего, санкций, которые могут существенно затормозить рост экономики Беларуси, вплоть до его падения. Уже к концу 2021 года главный экономический показатель – ВВП, свидетельствовал о продолжающемся замедлении белорусской экономикой восстановительного роста относительно кризисного 2020 года. Начиная с июля 2021 года индекс ВВП начал снижаться, и к ноябрю он снизился до 102,3 % [2]. Прогнозные цифры роста ВВП в 2022 году по оценке мировых банков значительно скромнее (таблица 1). Как видим, на фоне других государств самые неутешительные прогнозы роста ВВП у Республики Беларусь.

Таблица 1 – Прогнозное значение роста ВВП в 2022 году по оценкам мировых банков [5]

Страны	Прогнозное значение роста ВВП по оценке Всемирного банка, %	Прогнозное значение роста ВВП по оценке Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР), %	Прогнозное значение роста ВВП по оценке Европейского банка развития, %
Беларусь	- 2,8	0,2	0,7
Россия	2,4	3,0	2,8
Польша	4,7	4,8	-
Украина	3,2	3,5	-
Узбекистан	5,6	6,0	-
Грузия	5,5	5,5	-
Таджикистан	5,5	6,2	6,2
Армения	4,8	5,3	4,8
Кыргызстан	4,7	-	4,5
Молдова	3,9	4,0	-
Казахстан	3,7	-	4,2
Азербайджан	3,1	3,2	-
Латвия	-	5,5	-
Литва	-	4,0	-

Проведенный нами анализ показал, что инвестиционная активность в нашей стране снижается. Сужается для Республики Беларусь зарубежный рынок ссудных капиталов. В первом полугодии 2021 года объём иностранных инвестиций в реальный сектор экономики составил 4,9 млрд. долл. США. За аналогичный период 2019 года он составил 5,1 млрд. долл. США. При этом 3607 млн. долл. США, или 73 % средств, вложенных

иностранными инвесторами в экономику страны, относятся к категории прямых иностранных инвестиций (ПИИ) [3].

Привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ), это наиболее эффективный путь трансфера технологий. Исследование динамики ПИИ в Республику Беларусь свидетельствует о том, что в объёме потоков инвестиций преобладает долговой капитал, при этом географическая структура иностранных инвестиций является слабо диверсифицированной, а значительная часть полученных ПИИ приходится на непроемственную сферу. За период с 2015 по 2019 гг. на капитальные инвестиции было потрачено

59,4 млрд. долл. США, в среднем 11,9 млрд в год. Несмотря на такие существенные объёмы инвестиций, степень износа основных средств за рассматриваемый период не снизилась: если в 2016 году общая степень износа составила 36,6 %, то в 2019 году – 40,4 %. Это говорит о том, что основные средства, которые числятся на балансах предприятий, обновляются недостаточно быстро [4].

В 2021 году наблюдалось сокращение ПИИ на чистой основе, а в апреле-июне изъятие иностранных инвестиций превысило их поступления. Как отмечают специалисты – текущее воздействие ПИИ на белорусскую экономику нельзя расценивать как положительное. Следует констатировать, что рост белорусской экономики в последнее десятилетие замедлился. Раньше развитие шло за счет активных вложений в производство и стимулирования потребления, но с годами инвестиции стали давать меньшую отдачу и опережали производительность труда.

Кредитный портфель банков в Беларуси снизился за январь-июль 2021 года на 0,29% до 63,348 млрд.руб. Белорусские банки продолжают выдавать кредиты реальному сектору, но совокупный их объём снижается и ограничивается пределами средств, которые они получают в качестве платежей по ранее выданным кредитам. В целом у системообразующих банков совокупный объём кредитных портфелей сократился.

Реальный сектор и кредитная система должны рассматриваться как единый народнохозяйственный комплекс, имеющий общие задачи для преодоления кризисных явлений в экономике. В настоящее время, в результате отсутствия должной согласованности между отдельными финансовыми регуляторами, не наблюдается корреляция между кредитными потоками и программами экономического развития государства и его отдельных отраслей и кредитная система не рассматривается как движущая сила экономического роста в стране [6, с.20].

Список использованной литературы

1 Белоруссии из-за санкций потребуются кредиты на \$3,5 млрд в 2022 году [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/12/17/901175-belorussii-potrebuyutsya-krediti2021>. – Дата доступа: 27.01.2022.

2 Рост экономики Беларуси продолжает замедляться. Что будет с зарплатами в 2022 году? [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://infobank.by/infolineview/rost-ekonomiki-belarusi-prodolzhaet-zamedlyatysya-chto-budet-s-zarplatami-v-2022-godu/>. – Дата доступа: 31.01.2022.

3 Иностранные инвесторы начинают выводить деньги из страны? [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/inostrannye-investicii-v-belarusi-v-2021/>. Дата доступа: 01.02.2022.

4 Инвестиции в основные средства: в поисках здравого смысла [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/investicii-v-osnovnye-sredstva-v-poiskah-zdravogo-smysla/>. – Дата доступа: 30.01.2022.

5 Что ждет экономику Беларуси в 2022 году. Прогнозы банков [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://belmarket.by/news/2022/01/19/news-49194.html>. – Дата доступа: 27.01.2022.

6 Федосенко, Л.В. Взаимосвязь реального сектора экономики и кредитной сферы: финансовые последствия / Л.В. Федосенко, Т.И. Иванова // Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія Економічні науки, Черкаси. – 2019. – Випуск 2. – С.20–25.

О. А. КОЛБАСОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНДУСТРИИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Стремительное развитие цифровых технологий приводит к беспрецедентной трансформации индустрии финансовых услуг. Инновационные преобразования являются средством выживания кредитно-финансовых организаций. Проведенный компанией Accenture анализ экономических показателей с 2015 года по 2023 год (прогноз) позволил определить зависимость между применением технологий и получаемым результатом и установить, что рост дохода компанией-лидеров вдвое выше доходов отстающих компаний. Только в 2018 году упущенная выгода аутсайдеров составила 15 % и согласно прогнозам к 2023 году недополученная прибыль способна достичь отметки в 46 %, если не изменится подход к применению и адаптации новых технологий [1].

Успех в развитии инновационных финансовых технологий зависит в значительной степени от объёма инвестиций. Например, инвестиции в финансовые технологии в США в 2014 году составили 14,1 млрд. долл. США, в 2015 году – 27,4 млрд. долл. США; в Европе в 2014 году они составили – 12 млрд. долл. США, в 2016 году – 10,9 млрд. долл. США, в 2016 году – 2,2 млрд. долл. США. В Азии в 2014 году объём инвестиций составил 3,3 млрд. долл. США, в 2015 году – 8,4 млрд. долл. США, в 2016 году – 8,6 млрд. долл. США [2].

Новой моделью построения отношений с клиентами становится развитие экосистем банка, что, по мнению многих исследователей, является обязательным условием для развития бизнеса. Компании ищут возможность экономить время, они заинтересованы в получении услуг по принципу «все в одном». Те, кто может предоставить им такую возможность, а также выстраивает комфортное взаимодействие в рамках финансовой экосистемы, оказывается в выигрыше. Однако есть и такие исследователи, которые находят и отрицательные стороны в данном направлении деятельности банка. Они полагают, что создание экосистем представляет собой «распыление» организационных ресурсов. Клиенты не смогут сохранять лояльность одному супербренду или экосистеме, будут переходить от одного сервиса к другому. Оппоненты считают, и не без оснований, что заниматься банкам следует финансовой продуктовой линейкой, а не доставкой еды, предоставлением иных, не свойственных банкам услуг.

Под цифровой экосистемой банка можно понимать набор взаимосвязанных, дополняющих друг друга цифровых объединенных технологической платформой сервисов банка, часть из которых может не относиться к его основной деятельности. Сочетание финансовых и нефинансовых услуг через экосистемы становится, как многие полагают, необходимым условием в конкурентной борьбе за клиента. Банки, которые предлагают данные интегрированные услуги, выходят за рамки предоставления традиционных финансовых услуг и удовлетворяют более широкие потребности клиентов.

Белорусская банковская система также находится на стадии трансформации, обусловленной широким внедрением цифровых технологий в финансовый бизнес. Банковскую экосистему уже создали ОАО «Белагропромбанк», ОАО «Белинвестбанк», ОАО «Банк БелВЭБ», ОАО «Сбер Банк». В Беларуси в рамках странового рейтинга лидером стала экосистема Белинвестбанка. Существует ряд особенностей построения белорусскими банками экосистем: банковские экосистемы, использующие модель маркетплейса, функционируют в рамках неформальных объединений для оказания взаимопомощи клиентами банка (ЗАО «Альфа-Банк» – Клуб клиентов, в ОАО «Белгазпром-

банк» – Бизнес-клуб); ряд банков создают нишевые экосистемы в партнерстве с зарубежными компаниями: ОАО «Технобанк» совместно с международной платежной системой Visa запустили онлайн-платформу поддержки малого бизнеса, на которой размещены ссылки на специальные предложения партнеров; создание специальных хабов, или коворкинг-центров, которые наряду со своими основными функциями (свободное пространство для работы, ведение переговоров) предоставляют консультационные и образовательные услуги (ОАО «Белагропромбанк») и др [3].

Создание цифровой экосистемы, как показывает зарубежная практика, позволяет банку: повысить свою конкурентоспособность, в том числе в борьбе с технологическими компаниями; получить дополнительную прибыль от нетрадиционных для банка видов деятельности, входящих в цифровую экосистему, а также в результате осуществления кросс-продаж между различными сервисами экосистемы; увеличить количество клиентов цифровой экосистемы в целом; увеличить стоимость компании, за счет «цифровых» высокотехнологичных бизнесов; снизить издержки привлечения клиентов; повысить лояльность клиентов.

Следует отметить еще один момент, несмотря на положительные стороны экосистем для банков, они несут и разнообразные риски. Экосистемные проекты – это стартапы и для них характерно как получение высокой прибыли, в случае успешного их запуска, так и значительные убытки, в случае провала. Учитывая, что банки «работают» с деньгами кредиторов и вкладчиков, имеется потенциальный риск, как для них, так и финансовой стабильности в целом. Для учета бизнес-риска, операционного риска и риска вынужденной поддержки уже действующих экосистем, целесообразно использовать дополнительные компоненты регулирования. Например, банки с экосистемами могут быть отнесены к системно значимым вне зависимости от масштаба банковской деятельности, и к ним применить повышенные надбавки к капиталу. Кроме того, следует учитывать, как банки оценивают риски участия в нефинансовой деятельности. И для банков с низкой оценкой достаточности капитала следует установить повышенные требования. Ожидаемый результат от такого подхода: ограничение системных рисков; стимул формировать открытые платформы за счет развития экосистем по партнерской модели; повышение качества управления капиталом для покрытия убытков по специфическим экосистемным рискам.

Регулятору целесообразно провести анализ рисков, которые принимают банки, развивающие экосистемы, в том числе стратегического риска, риска вынужденной поддержки, риска информационной безопасности, и оценить влияние этих рисков на финансовую устойчивость кредитных организаций. Относительно регулирования участия банков в экосистемах регулятору надо рассматривать в качестве основного подход, который дает кредитным организациям возможности для развития экосистем при адекватном покрытии рисков капиталом для того, чтобы возможные потери ложились на плечи акционеров, а не кредиторов и вкладчиков.

Список использованной литературы

1 Развернуть технологии легко, получить от них выгоду сложнее [Электронный ресурс]. – 2022. – <https://www.accenture.com/ru-ru/insights/future-systems/future-ready-enterprise-systems>. – Дата доступа: 01.02.2022.

2 Масленников, В. В. Новые финансовые технологии меняют наш мир / В. В. Масленников, М. А. Федотов, А. Н. Сорокин // Вестник финансового университета. – 2017. – № 2. – Том 21. – С.8.

3 Голикова, А. Экосистема финтеха Республики Беларусь: основные участники и особенности развития / А. Голикова [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10905.pdf>. – Дата доступа: 31.01.2022.

М. В. КУКСА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ КРЕДИТОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Успешная работа любого коммерческого банка немыслима без глубокого изучения рыночной конъюнктуры, гибкого реагирования на любые происходящие на рынке изменения, без оценки возможностей своих конкурентов и без продуманной маркетинговой стратегии банковской деятельности.

При этом важнейшими структурными составляющими понятия банковского маркетинга являются стратегия продвижения банковского продукта (продуктовый маркетинг) и борьба за долю определенного сегмента банковского рынка. Обе составляющие тесно взаимосвязаны и предполагают изучение потенциала рынка и его отдельных сегментов, тщательное исследование клиентской базы и спроса на новые банковские продукты и услуги, а также анализ конкурентной среды. Такой подход позволяет коммерческому банку определить свои конкурентные преимущества и выявить те сферы деятельности, которые позволят ему превзойти конкурентов [1, с. 157].

В данной работе на основе анализа количественных показателей рыночной концентрации исследуется конкуренция на рынке кредитных банковских услуг Республики Беларусь. Информационную базу исследования составляют данные коммерческих банков Республики Беларусь [2] об объемах выданных кредитов юридическим и физическим лицам. Используемая в работе методика количественного анализа конкурентной среды описана в [3, с. 10].

Отметим, что в экономической теории и практике выделяются различные подходы к анализу конкурентной среды на рынках, поведения организаций и факторов конкурентного успеха. Один из них связан с количественной оценкой рыночной концентрации (степени преобладания на рынке одного или нескольких крупных игроков), так как уровень концентрации влияет на поведение организаций (в данном случае коммерческих банков) на рынке: чем выше уровень концентрации, тем в большей степени банки зависят друг от друга. Экономическая теория традиционно делает вывод о том, что структура кредитного рынка влияет на поведение банков, и, в конечном итоге, на результаты их деятельности.

К основным показателям концентрации рынка, определяемым по известным методикам [3, с. 10], относятся:

- коэффициент концентрации $CR(k)$, определяемый как сумма рыночных долей k крупнейших коммерческих банков ($CR(k) = d_1 + d_2 + \dots + d_k$);
- коэффициент Херфиндаля-Хиршмана HHI , рассчитываемый как сумма квадратов долей всех коммерческих банков ($HHI = d_1^2 + d_2^2 + \dots + d_n^2$);
- индекс энтропии (абсолютный), показывающий среднюю долю коммерческих банков, взвешенную по натуральному логарифму обратной к доле величины ($E = (d_1 \ln(1/d_1) + d_2 \ln(1/d_2) + \dots + d_n \ln(1/d_n))/n$).

Каждый из коэффициентов рассчитан на выявление определенной специфики концентрации, имеет свои плюсы и минусы при использовании. Коэффициент концентрации (CR) показывает аккумулярованные доли концентрации наиболее крупных игроков. Существенный недостаток показателя концентрации состоит в его нечувствительности к различным вариантам распределения долей между конкурентами. Для решения этой проблемы вместе с коэффициентом концентрации рассчитывается индекс Херфиндаля-Хиршмана.

Доля коммерческого банка на кредитном рынке традиционно определяется как отношение выданных им кредитов к общему объему кредитов. Расчеты проводятся по данным всех 23 коммерческих банков Республики Беларусь (кредиты небанковских кредитно-финансовых и микрофинансовых организаций в расчетах не учитываются). Значения отмеченных коэффициентов концентрации приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели концентрации кредитного рынка Республики Беларусь в 2020 году

Наименование показателя	Сегмент кредитования физических лиц	Сегмент кредитования юридических лиц
Коэффициент концентрации <i>CR</i> (3)	70,4	68,1
Коэффициент концентрации <i>CR</i> (4)	75,5	74,7
Коэффициент Херфиндаля-Хиршмана	3623,9	2389,6
Индекс энтропии	0,074	0,095

На основании анализа показателей таблицы 1 и исследования динамики на рынке кредитов можно сделать следующие выводы:

1 Рынок банковского кредитования в Республике Беларусь является олигопольным с заметным доминированием ОАО «АСБ Беларусбанк» (доля банка в сегменте кредитования физических лиц составляет 58,8 %, а в сегменте кредитования юридических лиц – 43,5 %).

2 Оба сегмента рынка кредитов по всем приведенным показателям характеризуется высоким уровнем концентрации, при этом сегмент кредитования физических лиц является более концентрированным по всем показателям концентрации. Крупнейшими игроками в сегменте кредитования физических лиц являются ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белинвестбанк» и ОАО «Приорбанк», а в сегменте кредитования юридических лиц – ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк» и ОАО «Банк БелВЭБ». Если не учитывать АСБ «Беларусбанк» и ОАО «Белагропромбанк» (в сегменте корпоративного кредитования), то в стране нет других банков, чья доля превышала бы 7,1 %.

3 На рынке банковских кредитов наблюдается некоторое незначительное снижение показателя концентрации по трем крупнейшим банкам (а также снижение доминирующей роли АСБ «Беларусбанк») в связи с развитием розничных банковских услуг и увеличением активности других банков.

4 Рынок кредитов в Республике Беларусь является слабо конкурентным, а конкуренция на нем является конкуренцией между немногими. Высокая концентрация обеспечивает крупным банкам возможность более активно отстаивать свои коммерческие интересы и создает определенные преимущества. В таких условиях конкурентная борьба для других банков смещается в сторону привлечения покупателей сервисом, новыми продуктами и дополнительными услугами, качеством обслуживания и надежностью.

Список использованной литературы

1 Иванова, Ю. В. Маркетинг банковских инноваций как важнейшая составляющая инновационной стратегии коммерческого банка / Ю. В. Иванова // Вестник Ростовского государственного экономического университета. – 2010. – № 30. – С. 156–164.

2 Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 04.01.2022.

3 Гурнакова, Л. Н. Методические основы анализа конкурентной среды, измерения концентрации и силы рынка / Л. Н. Гурнакова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы международной научной конференции (Москва, апрель 2011). – Т. 1. – М. : РИОР, 2011. – С. 9–12.

Е. И. ЛИПКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Н. Ю. Дмитриева,**

канд. экон. наук, доц.

КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: РИСКИ, ЛИКВИДНОСТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сектор коммерческих банков – один из важнейших структурных элементов национальной экономики, который является основой эффективного функционирования рыночного механизма. Осуществляя функции мобилизации временно свободных денежных средств, предоставления кредитов, проведения взаимных расчетов и платежей, операций с ценными бумагами, консультирование и другие, они способствуют ускорению мобильности финансовых ресурсов, гибкости реакции на изменяющуюся макроэкономическую ситуацию, обеспечивают устойчивый рост совокупного спроса. Переориентируя сбережения населения к фирмам и производственным структурам, они ускоряют рост национальной экономики. В этой связи оценка их устойчивости на современном этапе и складывающихся рисков особо актуальна.

На сегодняшний день в Республике Беларусь функционирует 24 коммерческих банка и наблюдается достаточно стабильное их развитие несмотря на то, что за весь предшествующий период было ликвидировано 28 банков. Финансовые ресурсы, которыми располагает коммерческий банк, состоят из уставного капитала, минимальное значение которого с середины 2021 года должно составлять 58,1 млн. белорусских рублей, нераспределенной прибыли и депозитов [1]. Наблюдается снижение доли государственного капитала с 77,7% до 76,9%. Совокупные активы к началу 2021 года составляли 90 552,5 млн. руб. [2]

Наиболее востребованной банковской услугой со стороны населения является размещение средств в депозиты. Так, объем привлеченных денежных средств населения за 2019-2021 гг. увеличился на 18 %. Однако, наблюдалась и рецессия суммы депозитов в национальной валюте на 01.01.2021 г. по сравнению с 01.01.2020 г. на 6,7 %. Растет в обращении число банковских платежных карточек. На начало 2021 г. их количество превысило 15,4 млн. штук [3].

В свою очередь, в последние годы активно проводилась работа и с юридическими лицами. При этом первое место по объему выданных кредитов юридическим лицам занимает Белагропромбанк, а на рынке кредитования населения – Беларусбанк.

Для финансовой и социальной стабильности государства всегда была актуальной задача анализа эффективности функционирования банковской системы. И одними из самых важных показателей работы банков являются активы и обязательства.

За 2017-2021 гг. наблюдается ежегодное увеличение объема как активов, так и обязательств. В 2021 г. по сравнению с 2017 г. размер активов увеличился на 36,5 % (или на 23 613 846 тыс. руб.), что является положительной тенденцией.

Структура активов банковской системы Республики Беларусь на протяжении многих лет сохраняется неизменной. То есть, за анализируемый период наибольший удельный вес в структуре активов банка занимали кредиты клиентам – около 56 %, из них около 20 % обычно физическим лицам (остальная часть – юридическим), а наименьший удельный вес в структуре активов банка составляли прочие активы – около 5,7 %.

Рассматривая структуру обязательств коммерческих банков Республики Беларусь, можно отметить, что за 2017–2021 гг. наибольший удельный вес занимали средства клиентов – около 39,2 %, а наименьший удельный вес в структуре обязательств банков-

ской системы Республики Беларусь занимали: прочие обязательства (9,4 %), производные финансовые обязательства (2,3 %) и отложенные налоговые обязательства (1 %).

Также необходимо сказать про собственный капитал, который является источником финансовых ресурсов для банка и выполняет ряд значимых функций. За 2017-2021 гг. собственный капитал банков вырос на 47 %. В целом наблюдается рост по всем составляющим уставного фонда, за исключением эмиссионного дохода, который остается постоянным, и фонда переоценки статей баланса, который снизился в 2021 году по сравнению с 2017 годом на 18,4 % (или на 162 170 тыс. руб.).

Таким образом, за последние годы наблюдается постоянный прирост активов и обязательств банков Республики Беларусь. Продолжает увеличиваться собственный капитал банков, в частности благодаря росту прибыли. Это говорит о положительной тенденции работы банков за 2017-2021 гг. В целом в Республике Беларусь действует семь крупных банков, удельный вес активов которых превышает 5 % от совокупных активов банковского сектора. Однако наиболее значимым из всех банков является ОАО «Беларусбанк», на долю которого приходится 38 % всего объема активов банковского сектора.

Несмотря на устойчивость коммерческих банков Беларуси, всегда существует риск потери или ухудшения ликвидности какого-либо из них. Причины могут быть как внутреннего, так и внешнего порядка: организационные просчеты, выдача кредитов предприятиям без проверки их состоятельности и кредитной истории, изменение макроэкономической ситуации. В этой связи требуется постоянный мониторинг стратегического, операционного, странового, правового и других рисков. Иначе может возникнуть более глобальный – риск потери деловой репутации.

К сложившимся рискам в системе коммерческих банков Республики Беларусь можно отнести:

- кризис неплатежей из-за большой доли низкорентабельных и убыточных предприятий;
- замещение утраченного субъектами хозяйствования оборотного капитала банковскими кредитами;
- снижение ликвидности банковской системы, за счет оттока депозитов в иностранной валюте;
- тенденция к снижению качества активов.

Определяющими направлениями повышения устойчивости деятельности коммерческих банков на современном этапе являются:

- удовлетворение запросов клиентов без государственной поддержки, на основе рыночных механизмов;
- снижение рисков на основе их постоянного мониторинга и создание эффективных механизмов их предотвращения;
- создание наиболее выгодных условий для привлечения сберегаемых средств и, преимущественно, в национальной валюте.

Список использованной литературы

1 Нацбанк увеличил минимальный размер уставного капитала для банков [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://sputnik.by/20191217/Natsbank-uvulichil-minimalnyy-razmer-ustavnogo-kapitala-dlya-bankov-1043509343.html>. – Дата доступа: 27.12.2021.

2 Обзор основных событий в банковской и финансовой сферах в Беларуси за 2020 год и I квартал 2021 года [Электронный ресурс] / К. Апанасевич [и др.]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.sorainen.com/ru/publikatsii/obzor-osnovnyh-sobytij-v-bankovskoj-i-finansovoj-sferah-v-belarusi-za-2020-god-i-i-kvartal-2021-goda/>. – Дата доступа: 27.12.2021.

3 Рынок банковских платежных карт / Интернет-ресурс belta.by [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.belta.by/infographica/view/rynok-bankovskih-platezhnyh-kartochek-23745/>. – Дата доступа: 25.12.2021.

К. В. ЛУЗАН

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Е. А. Кадовба,**

канд. экон. наук

ДОХОДЫ БЮДЖЕТА ГОРОДА ГОМЕЛЯ И ПРОБЛЕМЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

Доходы местного бюджета – это денежные средства, поступающие в данный бюджет в безвозмездном и безвозвратном порядке в соответствии с действующим законодательством. Доходы бюджета формируются за счет налоговых доходов, неналоговых доходов и безвозмездных поступлений.

Бюджет г. Гомеля на 2019 год был утвержден решением Гомельского городского Совета депутатов от 28 декабря 2018 года № 57 в объеме 471,3 млн. руб., а бюджет города на 2020 год был утвержден решением Гомельского городского Совета депутатов от 27 декабря 2019 № 137 в объеме 532,8 млн. руб. Фактически поступления доходов несколько отличались от плановых значений (таблица 1) [1].

Таблица 1 – Структура доходов бюджета г. Гомеля в 2019-2020 гг. (факт)

Доходы	В миллионах рублей				
	2019 г.	Удельный вес, %	2020 г.	Удельный вес, %	Темп роста, %
Налоговые доходы	296,78	58,49	307,9	53,8	103,75
Неналоговые доходы	42,09	8,29	39,2	6,8	93,13
Безвозмездные поступления	168,48	33,21	225,5	39,4	133,84
Итого	507,35	100	572,6	100	112,86

Проанализировав динамику фактического поступления доходов в бюджет г. Гомеля, можно сделать следующие выводы. Наибольший удельный вес в структуре доходов бюджета традиционно занимают налоговые доходы (58,49 % и 53,8 % соответственно в 2019 и 2020 гг.). Объем поступивших налоговых доходов в 2020 г. увеличился по сравнению с 2019 г. на 3,75 %. На втором месте по значимости в формировании доходов бюджета г. Гомеля находятся безвозмездные поступления. Их доля в общем объеме доходов составляла 33,2 % и 39,4 % соответственно в 2019 и 2020 гг. В абсолютном выражении безвозмездные поступления увеличились в 2020 г. по сравнению с 2019-м г. на 33,84 %. Неналоговые доходы занимают относительно незначительную часть в общем объеме поступления доходов (8,29 % и 6,8 % соответственно в 2019 и 2020 гг.). Следует отметить, что в 2020 г. по сравнению с 2019 г. произошло снижение поступления налоговых доходов на 6,87 %. Одна из причин этого – сложившаяся эпидемиологическая ситуация.

Поскольку главную роль в формировании доходной части бюджета г. Гомеля играют налоги, рассмотрим более подробно данные о динамике фактического поступления налоговых доходов в бюджет города за 2019-2020 гг. (таблица 2) [1, 2].

Анализируя динамику налоговых доходов, поступивших в городской бюджет, можно сделать следующий вывод. Наибольший удельный вес в их структуре занимает подоходный налог с физических лиц, доля которого в 2019 г. составила 44,3 %, а в 2020 г. – 48,06 %. Темп роста этой статьи доходов в 2020 году к уровню 2019 года составил 112,42 %. Доля налога на добавленную стоимость в структуре налоговых доходов составляет порядка 20 %. Объемы поступления НДС увеличились в 2020 г. по сравнению с 2019 г. на 10,33 %. Налоги на собственность, сформированные за счет налога на недвижимость и земельного налога, занимали в структуре налоговых доходов

13,92 % в 2020 г., а поступления этих налогов в абсолютной величине выросли по сравнению с 2019 г. на 79,17 %. Поступления других налогов и сборов относительно небольшие.

Таблица 2 – Динамика фактического поступления налоговых доходов в бюджет г. Гомеля

В миллионах рублей			
Доходы	2019 г.	2020 г.	Темп роста, %
Налоговые доходы: всего	296,78	307,91	103,75
Подходный налог с физических лиц	131,62	147,97	112,42
Налог на прибыль	9,17	7,24	78,95
Налоги на собственность	54,14	42,86	79,17
Земельный налог	28,007	18,797	67,12
Налог на недвижимость	26,13	24,067	92,10
Налог на добавленную стоимость	59,17	65,28	110,33
Другие налоги от выручки от реализации товаров (работ, услуг)	37,26	39,93	107,17
Налоги и сборы на отдельные виды деятельности	3,045	2,14	70,28
Налог за владение собаками	0,145	0,156	107,59
Специальные сборы, пошлины	0,084	0,0845	100,60
Налог за добычу (изъятие) природных ресурсов	0,352	0,371	105,40
Другие налоги, сборы (пошлины) и другие налоговые доходы	1,793	1,867	104,13
Государственная пошлина	1,825	1,876	102,79

Исследование также показало, что в структуре безвозмездных поступлений в бюджет г. Гомеля преобладают дотации. Кроме того, в 2020 г. по сравнению с 2019 г. наблюдался значительный рост дотаций из вышестоящего бюджета.

Местные бюджеты составляют около 55 % консолидированного бюджета, поэтому их сбалансированность имеет важное значение не только для самих регионов, но и для страны в целом. Стабильное пополнение бюджета г. Гомеля возможно в условиях, когда благосостояние граждан повышается, улучшается деловая активность, а предприятия города имеют хорошие финансовые результаты. В ситуации же, когда эффективность деятельности организаций снижается, а доходы населения падают, формирование доходной части бюджета, соответствующей потребностям, весьма затрудняется. Поэтому одной из главных глобальных проблем, требующих решения, является улучшение условий функционирования бизнеса, поддержка предпринимательской активности, реформирование действующих предприятий, создание новых рабочих мест и предотвращение оттока квалифицированных специалистов. В целях мобилизации дополнительных ресурсов городскими властями проводится работа по вовлечению в хозяйственный оборот неэффективно используемого государственного имущества, организуются аукционы по продаже права заключения договоров аренды земельных участков, сдаче в аренду имущества городской коммунальной собственности. Однако этих мер недостаточно.

Список использованной литературы

1 Об утверждении отчета об исполнении городского бюджета за 2019 год: решение от 4 марта 2020 г. № 146 [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://gomel.gov.by/ru/content/governance/city-council-ofdeputies/resheniya-gorsoveta/>. – Дата доступа: 29.12.2021.

2 Об утверждении отчета об исполнении городского бюджета за 2020 год: решение от 08 апреля 2021 года № 209 [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://gomel.gov.by/ru/content/governance/city-council-ofdeputies/resheniya-gorsoveta/>. – Дата доступа: 29.12.2021.

Е. А. МИНОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **С. Ф. Каморников,**

д-р физ.-мат. наук, проф.

О НЕКОТОРЫХ АКТУАРНЫХ ОБОСНОВАНИЯХ НЕОБХОДИМОСТИ ОГРАНИЧЕНИЙ ДЛЯ ВЫДАЧИ КРЕДИТОВ ПОЖИЛЫМ ЗАЁМЩИКАМ

В письме [1] Национального банка Республики Беларусь заявляется о том, что достижение гражданином пенсионного возраста не может служить основанием для отказа в выдаче ему кредита. Согласно статье 141 Банковского кодекса Республики Беларусь коммерческий банк [2] вправе отказаться от заключения кредитного договора только при наличии оснований, способных повлиять на выполнение кредитором обязательств по кредитному договору, поэтому при определении возможности выдачи кредита гражданам (в том числе гражданам, достигшим пенсионного возраста) рекомендуется оценивать их кредитоспособность.

В противоположность позиции Национального банка Республики Беларусь в данной работе приводятся актуарные обоснования того, что у коммерческого банка лишь на основании одного фактора смертности заемщика имеются серьезные основания для того, чтобы отказывать физическим лицам пожилого возраста в выдаче долгосрочных займов (случай краткосрочных договоров займа проанализирован в [3, с.231]).

Эти основания опираются на приведенный в работе актуарный анализ риска невозврата заемных средств физическими лицами пожилого возраста. При этом под риском невозврата кредита размера b по случаю смерти заемщика понимается математическое ожидание $M[X]$ индивидуального убытка X кредитного учреждения, где X – случайная величина, определяемая равенством:

$$X = \begin{cases} b, & \text{если заемщик умер,} \\ 0, & \text{в противном случае.} \end{cases}$$

Информационную базу исследования составляют таблицы продолжительности жизни (на конец 2016 года), взятые из источника [4]. Используемая в работе методика актуарного анализа описана в книге [5, с. 111].

При оценке риск невозврата T -летнего кредита по случаю смерти заемщика мы опираемся на упрощенную актуарную модель вида:

$$M[X] = b \cdot {}_Tq_x = b \cdot \frac{l_x - l_{x+T}}{l_x}, \quad (1)$$

где b – размер T -летнего кредита;

${}_Tq_x$ – вероятность дожития x -летнего заемщика до окончания срока погашения кредита;

l_x – среднее количество людей, доживших до возраста x лет (находится по таблице смертности).

В целях удобства визуализации результатов будем полагать, что $b=100$ (в таком случае, с одной стороны, риск равен выраженной в процентах вероятности наступления события, связанного с невозвратом кредита по случаю смерти кредитополучателя, с другой стороны, он отражает возможные убытки кредитного учреждения при выдаче

физическому лицу T -летнего кредита в размере 100 рублей). В работе рассматриваются двух- и трехлетние кредиты, а исследуемый возрастной горизонт ограничен значениями от 60 до 75 лет. Результаты вычислений приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Риск невозврата T -летнего кредита по случаю смерти для $b = 100$

В рублях

Возраст	Мужчины		Женщины	
	$T=2$	$T=3$	$T=2$	$T=3$
60	5,24	8,06	1,52	2,38
61	5,63	8,51	1,68	2,59
62	5,94	9,10	1,78	2,81
63	6,31	9,78	1,96	2,98
64	6,94	10,46	2,09	3,25
65	7,34	11,17	2,22	3,62
66	7,75	11,77	2,60	4,15
67	8,29	12,85	3,00	4,86
68	9,10	13,25	3,47	5,19
69	9,30	14,36	3,66	6,01
70	9,88	15,23	4,18	6,58
71	11,17	16,58	4,88	7,33
72	11,66	17,47	5,01	7,94
73	12,26	18,59	5,57	8,55
74	13,32	20,03	6,14	9,69
75	14,39	21,54	6,82	10,92

Анализ таблицы 1 позволяет сделать выводы о том, что с возрастом риски невозврата кредита по случаю смерти резко увеличиваются и, кроме того, эти риски существенно различаются для мужчин и женщин одинакового возраста. В связи с этим возникает необходимость реорганизации подходов к кредитованию пожилых заемщиков.

Во-первых, в банках следует ужесточить требования к поручителям при оформлении кредитных договоров заемщикам пожилого возраста (например, требовать, чтобы поручитель имел безукоризненную кредитную историю, был платежеспособным, возраст его был значительно меньше, чем у кредитополучателя). Во-вторых, необходимо увеличить тарифы по страхованию кредитных рисков, так как существующие тарифы не покрывают эти риски; кроме того, следует дифференцировать их в зависимости от возраста и пола заемщика. В-третьих, в целях смягчения рисков необходимо ввести для пожилых заемщиков схемы амортизации кредитов, предусматривающие форсированное погашение как основного долга по кредиту, так и процентов по нему. В-четвертых, дифференцировать подходы кредитования пожилых заемщиков в зависимости от их пола.

Список использованной литературы

- 1 Об использовании возрастных ограничений при кредитовании: письмо № 04-23/573 от 24.09.2007 [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://belzakon.net/Законодательство/Письма/2007/102928>. – Дата доступа: 04.01.2022.
- 2 Банковский кодекс Республики Беларусь / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0000441>. – Дата доступа: 04.01.2022.
- 3 Каморников, С. Ф. Актуарная оценка риска невозврата розничных кредитов в зависимости от пола и возраста заемщика / С. Ф. Каморников, Т. Н. Кравцова, Е. А. Минович // Актуальные вопросы современной экономической науки: теория и практика: сб. науч. ст. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2021. – С. 228–231.
- 4 The Human Mortality Database. Belarus. Life tables by year of death [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://www.mortality.org/>. – Date of access: 04.01.2022.
- 5 Фалин, Г. И. Математические основы теории страхования жизни и пенсионных схем / Г. И. Фалин. – М. : Анкил, 2002. – 262 с.

К. Ю. МЯДЕЛЕЦ

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **Н. Л. Матусевич**

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ВЫЗОВ ДЛЯ БЕЛОРУССКИХ БАНКОВ

Цифровая трансформация представляет собой современный инновационный этап экономического развития страны. Она заключается в принципиальном изменении структуры экономики, ее глобальной виртуализации посредством внедрения цифровых технологий.

Вопросы цифровой трансформации банковского сектора Республики Беларусь раскрываются в Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы и Указе Президента Республики Беларусь № 148 «О цифровых банковских технологиях». Согласно названным нормативным правовым актам, цифровая трансформация банков в Республике Беларусь на современном этапе включает дистанционное банковское обслуживание, платежные сервисы и приложения, кросс-партнерство, кибербезопасность, удаленную идентификацию и робоэдвайзинг [1].

Намерения банков цифровизировать свою деятельность подтверждаются разрабатываемыми ими документами стратегического планирования. К охватываемым наибольшим количеством отечественных банков задачам, нашедшим отражение в стратегиях развития, относятся:

1 Совершенствование и развитие каналов дистанционного обслуживания клиентов (СДБО);

2 Создание новых цифровых продуктов и сервисов.

Несмотря на существование различных каналов ДБО, все большее количество банков предлагают, а все большее количество клиентов предпочитают использовать мобильные приложения, которые предусматривают: просмотр состояния счетов, выписок по счетам, совершение платежей, формирование документов и пересылка их контрагентам, оплата товаров и услуг, выпуск банковской платежной карты и др.

Юридические лица и индивидуальные предприниматели могут дистанционно осуществлять операции с иностранной валютой на специализированных онлайн-платформах. Особо актуальным является предоставление банками услуг для субъектов малого и среднего бизнеса по куайрингу и mPOS-эквайрингу.

Ряд банков предоставляют возможности совершения в мобильном приложении трансграничных платежей (ОАО «БНБ-Банк»), операций с иностранной валютой (ЗАО «МТБанк»), в том числе поддерживают электронный документооборот с банком по вопросам валютного контроля (ОАО «Банк Дабрабыт»).

Рост конкуренции среди банков и снижение маржинальности их деятельности привели к внедрению в мобильные приложения дополнительных функций: онлайн-копилка, инвестиции, снятие наличных в банкоматах без платежной карты, разделение счетов, финансовый планировщик, лайфстайл-контент. Лидерами по предоставлению нестандартных сервисов в Республике Беларусь являются ОАО «Сбер Банк» и ЗАО «Альфа-Банк».

Универсальные мобильные приложения не являются единственным каналом дистанционного обслуживания частных клиентов. Двенадцать белорусских банков поддерживают привязку платежной карты к сервисам Apple Pay и Samsung Pay на любых устройствах, российский платежный сервис Кошелёк Pay доступен пользователям 10 банков. Помимо этого, банки поддерживают сервисы оплаты смарт-часами и фитнес-браслетами: в Беларуси действуют Garmin Pay, Fitbit Pay, Mi Smart Band 4 NFC. ЗАО «Банк «Решение» и ОАО «Сбер Банк» предоставляют возможность бесконтактной оплаты в своих приложениях, а в ЗАО «МТБанк», «Приорбанк» ОАО,

ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Банк БелВЭБ» разработали для реализации этой функции дополнительные мобильные приложения.

Однако, цифровая трансформация банковского сектора наряду с такими преимуществами, как рост качества и доступности банковских услуг, несет в себе и дополнительные риски, а именно – кибератаки на пользователей финансовых сервисов и несанкционированное получение доступа к инфраструктуре финансовых организаций [2].

Для Республики Беларусь в 2021 году популярными путями реализации киберпреступлений явились: мошенничество с использованием методов социальной инженерии (фишинг, вишинг, взлом учетных записей пользователей в социальных сетях); компрометация СДБО клиентов в рамках социальной инженерии; мошеннические операции на онлайн-сервисах, которые занимаются продажей цифровых товаров, перехват транзакций, осуществляемых при помощи компьютерных сетей (рисунок 1).

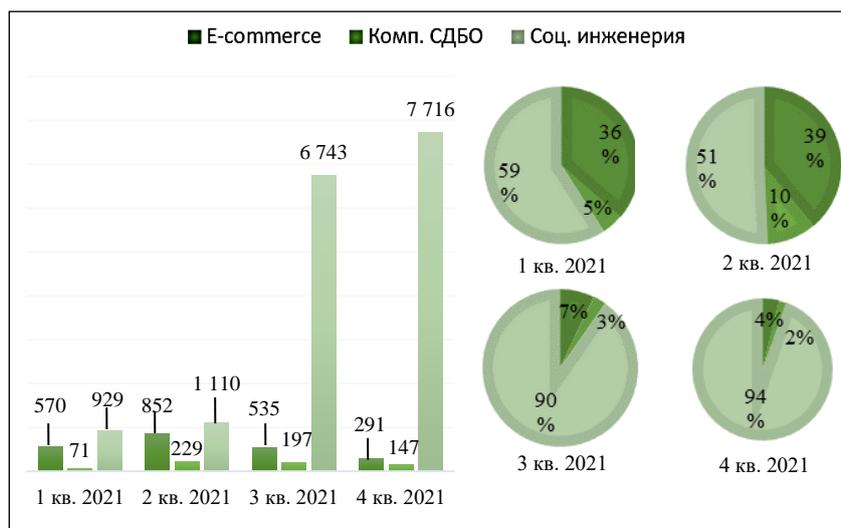


Рисунок 1 – Динамика и структура видов мошенничества в Республике Беларусь за 2021 год

Особенностью финансовых мошенников, орудующих в условиях цифровой трансформации экономики, является умение быстро адаптироваться к глобальным переменам и наживаться на уязвимостях, связанных с растущей популярностью СДБО, что требует применение к корпоративным пользователям, которые одновременно выступают и объектом, и инструментом реализации угроз, действенных мер, в число которых обязательно должно входить:

- обучение основам кибербезопасности сотрудников;
- проведение вебинаров, направленных на повышение финансовой и компьютерной грамотности;
- установка актуальных обновлений и исправлений для используемых программ;
- обеспечение защиты данных, которое должно предусматривать предотвращение физического вторжения и защиту рабочих мест от несанкционированного доступа, шифрование всех данных, хранящихся на компьютерах в финансовом учреждении и передаваемых во внешний мир, выбор надежных внутренних средств коммуникации в организации, внедрение системы мониторинга, в которой любая финансовая операция должна пройти серию проверок, прежде чем будет одобрена.

Список использованной литературы

1 О цифровых банковских технологиях: Указ Президента Респ. Беларусь, 18 апр. 2019 г., № 148 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3961&p0=P31900148>. – Дата доступа: 01.12.2021.

А. Д. РЕДЬКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

ПРИБЫЛЬ БЕЛОРУССКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ НЕУСТОЙЧИВОСТИ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Основная цель деятельности любого банка – это получение максимальной прибыли при одновременном обеспечении устойчивого длительного функционирования и прочной позиции на банковском рынке. При этом размер прибыли или убытка концентрированно отражает в себе результаты всех активных и пассивных операций банка. Поэтому исследование банковской прибыли, её состава и структуры, факторов, влияющих на ее динамику, занимает важнейшее место в анализе деятельности банка. Увеличение банковской прибыли является одной из сложнейших задач в ситуации, связанной со снижением ликвидности банковской системы страны в условиях высокой инфляции и турбулентности финансового рынка. Эти тенденции и сыграли свою роль в 2020 году, когда экономические проблемы в совокупности с острой общественно-политической ситуацией спровоцировали кризис ликвидности в финансовой сфере, и граждане стали массово изымать свои сбережения из банков. Как показывает статистика, за прошедший год только из банковских вкладов белорусы забрали более 1,6 млрд. долл. США. В мае 2021 года ускорился отток средств из банковской системы и физические лица забрали со счетов почти 200 млн. долл. США [1].

Исследование установило, что суммарная годовая прибыль белорусских банков за 2019 год составила 1,351 млрд. руб., за 2020 год – 1,224 млрд. руб. и реальное сокращение составило более 20 % [2]. Но сама по себе прибыль (ее размер), не дает объективной информации об эффективности работы банка, особенно при сравнении между банками, ведь в размере прибыли определяющее значение имеет, все-таки, размер банка – его активов. Для определения эффективности работы банка существует показатель рентабельности активов – отношение суммы прибыли к объему активов.

В таблице 1 представлены основные показатели, характеризующие годовую прибыль белорусских банков и рентабельности активов за период с февраля 2020 года по январь 2021 года. Установлено, что с начала 2020 года и в начале 2021 года по результатам финансовой отчетности у белорусских банков наблюдался рост прибыли. Как видим, самые рентабельные банки в указанном периоде: «Альфа-Банк», «СтатусБанк», «Минский транзитный банк» («МТБанк») и «Банк торговый капитал» («ТК Банк»). Самая низкая (но, все же, плюсовая) рентабельность у банков: «Паритетбанк», «Идея Банк», «БТА Банк», «Белинвестбанк». Рентабельность активов в целом по банковской системе достаточно низкая – 1,33 % [2].

Белорусские банки за девять месяцев 2021 года также сработали с прибылью, но получили её не за счёт самих банковских операций, а в большей степени за счёт сокращений отчислений в резервы. Некоторые банки направляли меньше средств на формирование резервов, что, соответственно сказалось на показателях прибыли. Однако следует отметить, что возможности маневрирования резервами у банков ограничены – снижение отчислений в фонды является разовым инструментом, так как в последующем отчисления придется увеличивать.

Таблица 1 – Основные показатели, характеризующие годовую прибыль белорусских банков и рентабельности активов за период с февраля 2020 года по январь 2021 года

№№ п-п	Банки	Банки по группам значимости	Годовая прибыль банков, млн. бел. рублей	Рентабельность активов банков, %
1	ОАО «АСБ «Беларусбанк»	1 уровень	383,5	1,10
2	«Приорбанк» ОАО		122,9	2,34
3	ОАО «БПС-Сбербанк»		72,6	1,44
4	ОАО «Белагропромбанк»		68,8	0,57
5	ОАО «Белгазпромбанк»		54,5	1,19
6	ОАО «БанкБелВЭБ»		32,5	0,65
7	ОАО «Белинвестбанк»		19,8	0,42
8	ЗАО «Альфа-Банк»	2 уровень	113,6	3,57
9	ЗАО «МТБанк»		45,54	3,15
10	ЗАО Банк ВТБ (Беларусь)»		37,82	2,02
11	ОАО «Дабрабыт»		28,05	2,11
12	ОАО «БНБ-Банк»		6,399	0,87
13	ОАО «Паритетбанк»	Вне групп значимости	1,426	0,23
14	ОАО «Технобанк»		11,75	1,87
15	ЗАО «БСБ Банк»		8,609	2,46
16	ЗАО «ТК Банк»		5,815	3,05
17	ЗАО «АБСОЛЮТБАНК»		5,126	2,88
18	ОАО «СтатусБанк»		3,240	3,28
19	ЗАО «Банк Решение»		2,464	1,05
20	ЗАО «РРБ-Банк»		2,356	0,65
21	ЗАО «Идея Банк»		2,016	0,41
22	«Франсабанк» ОАО		1,694	0,97
23	ЗАО «БТА Банк»		1,693	0,42
24	ЗАО «Цептер-Банк»		0,947	0,51
25	ОАО «Банк развития РБ»		209,3	1,94

Наблюдается замедление темпов роста чистых процентных доходов, по причине сокращения кредитных портфелей банков и уменьшения их процентной маржи. В 2021 году сокращались доходы от продажи иностранной валюты, давление на финансовые результаты банков оказывали растущие операционные расходы. Чтобы компенсировать сокращение доходов, банки стали активно наращивать комиссионные доходы, причем не только за счет увеличения клиентской базы, но и за счет изменения тарифов [3].

В 2022 году, если ситуация на финансовом рынке не стабилизируется, белорусские банки столкнутся с трудностями доступа на мировой рынок ссудных капиталов и привлечением синдицированных кредитов, ограничением выхода на мировой фондовый и страховой рынки, усложнением системы расчётов и международных платежей и другими нежелательными последствиями. Соответственно и прибыль белорусских банков будет показывать отрицательную динамику.

Список использованной литературы

- 1 Возможна новая финансовая турбулентность [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/vozmozhna-novaya-finansovaya-turbulentnost/>. – Дата доступа: 29.01.2022.
- 2 Свежий рейтинг банков Беларуси по прибыли и рентабельности в 2020 году [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://infobank.by/infolinebigview/svezhij-rejting-bankov-belarusi-pribyli-i-rentabeljnosti-v-2020-godu/>. – Дата доступа: 30.01.2022.
- 3 Прибыль банков остается под давлением [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/beloruskie-banki-predstavili-otchetnost-za-9-mesjacev-2021-goda/>. – Дата доступа: 30.01.2022.

О. В. СУГЛОБ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. А. Шердакова**

УРОВЕНЬ ФИНАНСИРОВАНИЯ РАСХОДОВ НА ОБРАЗОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Расходы на образование являются одним из приоритетных расходов государственного бюджета, также одним из важнейших показателей социального развития, отражающих уровень интереса страны к образованию граждан. Для получения высококачественного образования необходимо государственное финансирование данной сферы [1].

На рисунке 1 представлена динамика государственных расходов на образование в Республике Беларусь (в процентах к ВВП) [2].

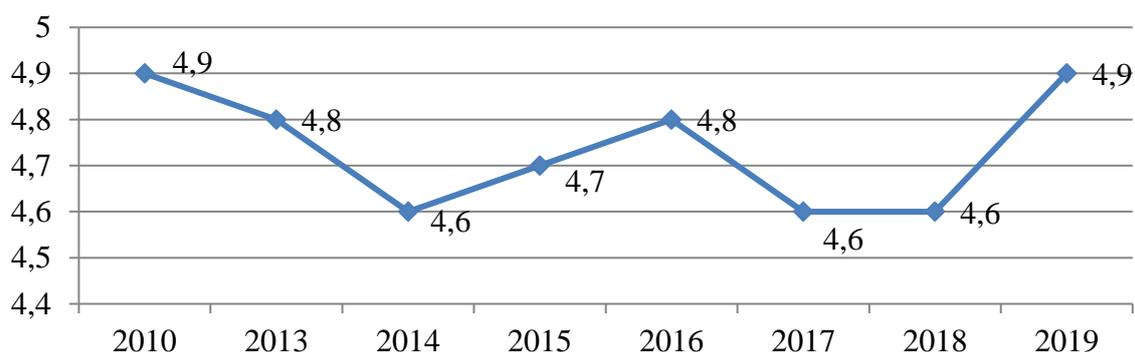


Рисунок 1 – Государственные расходы на образование в Республике Беларусь за 1999-2019 гг., в % к ВВП

По данным Всемирного банка в рейтинге стран мира по уровню расходов на образование Республика Беларусь находится на 76 месте из 197 стран. Этот показатель рассчитывается как общий объем государственных и частных расходов на образование, выраженный в процентах от валового внутреннего продукта (ВВП).

В Беларуси данный показатель составляет 4,8 %, в Швеции – 7,7 % (9 место), Норвегии – 8,0 % (8 место), Дании – 7,6 % (10 место), Великобритании – 5,5 % (41 место), Украине – 5,4 % (45 место), Германии – 4,8 % (75 место), Польше – 4,6 % (85 место), США – 5,0 % (67 место), Литве – 4,0 % (106 место), России – 3,7 % (120 место), Японии – 3,2 % (139 место). Стоит отметить, что в таких странах как Швеция, Норвегия, Дания высокий уровень расходов на образование обусловлен не только за счет государственных расходов, но и во многом за счет частных.

Главная составляющая образовательного процесса – труд педагогов. Поэтому в структуре затрат преобладающая доля – заработная плата и отчисления (70 % и более). Другие виды расходов распределяются так: около 20 % идет на оплату коммунальных услуг, около 2 % – капитальные расходы, то есть денежные средства выделяются в первую очередь на заработную плату и отчисления и оплату коммунальных расходов.

Основной статьей расходов бюджета является оплата труда. Заработная плата в секторе образования в Беларуси является сравнительно низкой. При этом расходы на заработную плату являются наиболее значительной статьей расходов. Это характерно для всех уровней образования. Значительные расходы на оплату труда в Республике Беларусь связаны с численностью учителей, а не с уровнем заработной платы (таблица 1) [3].

Таблица 1 – Численность и среднемесячная заработная плата педагогических работников в Республике Беларусь за 2016-2020 гг.

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020
Среднесписочная численность работников организаций, занятых в сфере образования, тыс. чел.	419,1	415,3	414,4	414,1	400,6
в процентах к среднесписочной численности работников республики	11,7	11,8	11,8	11,8	11,7
из них:					
педагогические работники	203,6	201,5	199,5	200,6	198,3
из них учителя	98,3	96,0	94,5	94,1	84,6
профессорско-преподавательский состав	19,2	18,5	17,9	17,6	17,3
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников образования, руб.	515,6	567,5	665,0	774,3	871,7
в процентах к среднереспубликанскому уровню	71,3	69,0	68,5	70,8	69,5
из неё:					
педагогических работников, руб.	585,2	632,4	745,3	900,2	992,2
из неё учителей, руб.	622,6	673,5	791,5	945,5	1042,3
профессорско-преподавательского состава, руб.	869,1	987,6	1162,5	1357,7	1536,5

В основе совершенствования планирования фонда оплаты труда работников сферы образования лежит совершенствование применяемых систем оплаты труда. При этом должны быть определены следующие принципы: необходимо соблюдать пропорцию между качеством труда и оплатой; уровень заработной платы должен соответствовать трудовому вкладу работника; система оплаты труда должна быть увязана с конечными результатами деятельности организации.

Список использованной литературы

- 1 Мартысевич, А. А. Анализ расходов бюджета на образование Республики Беларусь на образование / А. А. Мартысевич, М. П. Самоховец // SCI-ARTICLE.RU [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://sci-article.ru/>. – Дата доступа: 10.01.2022.
- 2 Социальная сфера Республики Беларусь в цифрах 2021: справочные материалы [Электронный ресурс] / Официальный сайт М-ва финансов Респ. Беларусь. – Минск, 2022. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/>. – Дата доступа: 10.01.2022.
- 3 Образование в Республике Беларусь 2021: статистический бюллетень [Электронный ресурс] / Официальный сайт Нац. Стат. комитета Респ. Беларусь. – Минск, 2022. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 10.01.2022.

А. В. СУПРУНОВИЧ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Федосенко,**

канд. экон. наук, доц.

ИННОВАЦИОННАЯ ПРОДУКТОВАЯ ЛИНЕЙКА БАНКОВ В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

На финансовом рынке появляются новые финтех-компании, небанки и небанковские компании, что меняет структуру конкуренции, снижает рентабельность традиционной банковской деятельности, вынуждает искать новые источники дохода.

Белорусским банкам, чтобы не растерять своих клиентов и составить достойную конкуренцию IT-компаниям, другим финансово-кредитным институтам и, соответственно, получить доход, следует расширять инновационную продуктовую линейку. Цель банковских инноваций – это интенсивное развитие банка, повышение эффективности использования ресурсов, а также обеспечение конкурентоспособности бизнеса. Инновационные банковские продукты и услуги должны обладать более высокими потребительскими качествами по сравнению с имеющимися аналогами, являться в большей степени привлекательными для клиентов банка и удовлетворять потенциальный спрос новых потребителей.

Исследование показало, что существует достаточно большое разнообразие инновационных продуктов и технологий и ограниченное количество инновационных банковских услуг. При этом банковская технология является связующим звеном между банковским продуктом и банковской услугой. Драйвером мировых продуктовых инноваций в банковской отрасли является анализ больших массивов данных, машинное обучение, углубленная аналитика, искусственный интеллект, робоэдвайзинг, а также блокчейн, позволяющий совершать операции без посредников [1].

Инновационными продуктами и услугами для белорусских банков являются: технология вычислений в архитектуре клиент/сервер; интерактивные технологии и обслуживание на дому с помощью персонального компьютера, телефона с дисплеем или интерактивного телевидения; интеллектуальные карточки (smart-card); онлайн-сервис ипотечного брокера; идентификация пользователя по фотографии при совершении переводов; чат-бот с советами по digital-развитию компании; мультирасчеты для маркетплейсов и c2c-сервисов; QR-платежи для получения оплаты за товар; кэшбэк за рекламу бизнеса и входящий оборот и многие другие.

Проблема при внедрении новых продуктов и услуг видится в том, что чрезмерное их развитие, без учёта рисков, как показывает опыт США, приводит к росту их капитализации в десятки раз и кризисным явлениям. Финансовый кризис 2008 года был вызван именно новым банковским продуктом – секьюритизация ипотечного кредитования [2]. Связано это было с тем, что методы контроля рисков по отношению к финансовым инновациям запаздывали. Надо помнить, что развитие новых банковских технологий и основанных на них продуктах влечет за собой новые риски, учет которых требует системности и дополнительных усилий.

Под риском инновационной деятельности следует понимать вероятность нежелательного отклонения от целевых установок внедрения новых продуктов (услуг), которые ставит банк в своем развитии на текущий и стратегический период времени [3].

Исследователи обращают внимание на неоднородный характер влияния инноваций на размер банковского риска. Высказывается мнение, что инновация может способствовать уменьшению риска (синдицированное кредитование, валютные и процентные свопы, фьючерсы), может увеличивать риск (операции на фондовом рынке). Имеется мнение, что воздействие инновации на величину риска может быть и неопределенным (положительным или отрицательным), то есть все может зависеть, например, от развития экономики (введение плавающей процентной ставки по кредитам, секьюритизация) и других факторов [4]. В таблице 1 представлена классификация банковских рисков с точки зрения инновационной деятельности.

Таблица 1 – Классификация банковских рисков с точки зрения инновационной деятельности [4]

Группа рисков	Характеристика группы	Возможные группы рисков
1	2	3
Риски, постоянно присутствующие	Данный вид риска появляется при инновационной деятельности банка или его влияние заметно усиливается	Стратегический, репутационный

Окончание таблицы 1

1	2	3
Риски, хеджируемые инновациями	Действие рискованной составляющей в деятельности банка нивелируется или уменьшается банковской инновацией	Валютный, рыночный, кредитный
Риски, привносимые инновациями	Данный вид риска отсутствовал, однако, при «эксплуатации» инновации этот вид риска появляется, характерно для инновационной услуги или при освоении новых рынков	Рыночный, кредитный, страновой, отраслевой, валютный и т.д.
Риски, усиленные инновациями	Риск присутствовал сам по себе, однако инновация увеличила его величину или значимость	Операционный, кредитный, рыночный и т.д.

Исследование показало, что белорусские банки используют в основном традиционный набор продуктов, сформированный из базовых банковских продуктов путем модернизации. Сегодня самим белорусским банкам необходимо также создавать инновационные продукты, а не только заимствовать инновационную продуктовую линейку других, прежде всего международных, финансовых институтов. Требуется своего дальнейшего развития теоретико-методологический инструментарий управления рисками, связанными с внедрением в отечественную практику новых банковских продуктов и услуг. Следует сосредоточить пристальное внимание на управлении сбалансированностью бизнес-процессов банка, повышении квалификации сотрудников банка в части обоснования и концептуального сопровождения инновации, повышении квалификации сотрудников банка в части управления продажами инноваций и т.д. Разработка и внедрение инновационных банковских продуктов будет стимулировать не только развитие банков, но и экономики страны в целом.

Список использованной литературы

- 1 Как инновации изменяют банковскую отрасль России [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5d63fd8f9a7947e067daea90>. – Дата доступа: 02.02.2022.
- 2 Новые банковские продукты: виды, технология создания, способы внедрения [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <http://novainfo.ru/article/12528>. – Дата доступа: 01.02.2022.
- 3 Ерошкин Ю. В. Совершенствование управления рисками инновационной деятельности коммерческих банков: автореф. дис. канд. экон. наук: 08 00 10 / Ю.В. Ерошкин [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <http://www.sseu.ru/wp-content/uploads/2015/03/Dissertatsiya-Eroshkina-YU.V..pdf>. – Дата доступа: 03.02.2022.
- 4 Кох, Л. В. Принципы и механизмы повышения эффективности банковской деятельности на основе использования инноваций: автореф. дис. докт. экон. наук: 08.00.10 / Л. В. Кох [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <http://www.isut.ru/>. – Дата доступа: 02.02.2022.

М. Е. ЦАЛКОВИКОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Т. И. Иванова**

МЕТОДЫ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВА

Налоговый потенциал представляет собой сложное и многогранное понятие, содержание которого нельзя сводить исключительно к реализации государством фискальной функции. Большинство исследователей раскрывают содержание налогового потенциала и определяют его значимость через совокупность двух основных элементов: объема налогооблагаемых ресурсов и объема налоговых поступлений, подчеркивая

при этом, что трактовка сущности налогового потенциала находится в непосредственной зависимости от методики его оценки.

Оценка налогового потенциала Республики Беларусь проводилась тремя методами: методом фактических поступлений, методом репрезентативной налоговой ставки и с использованием метода оценки на основе ВВП.

1 Метод фактических поступлений. При данном методе налоговый потенциал равен сумме фактического поступления налогов, прироста задолженности по налогам за отчетный период и суммы налогов, приходящейся на льготы. Недостаток данного метода заключается в отсутствии информации о сумме налогов, приходящейся на льготы.

Таблица 1 – Результаты расчёта налогового потенциала методом фактических поступлений

Показатели	В миллионах рублей		
	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Сумма фактического поступления налогов	21 666,2	23 560,4	24 448,5
Задолженность по налогам	167,0	110,2	128,7
Прирост (снижение) задолженности по налогам за отчетный период	65,2	(56,8)	18,5
Сумма налога, приходящаяся на льготы	–	–	–
Налоговый потенциал	21 731,4	23 503,6	24 467

По результатам расчета налогового потенциала Беларуси методом фактических поступлений видно, что ее налоговый потенциал используется в максимальном объеме.

2 Метод репрезентативной налоговой ставки (РНС). Средняя репрезентативная ставка по налогам по выполненным расчетам в 2018 году составила 17,82 %, в 2019 году – 17,85 %, в 2020 году – 16,63 %.

Результаты расчета налогового потенциала по каждому виду налогов методом репрезентативной налоговой ставки представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты расчёта налогового потенциала методом репрезентативной налоговой ставки

Показатели	В миллионах рублей		
	2018 г.	2019 г.	2020 г.
НДС	6 461,7	6 887,3	7 852,7
Подоходный налог с физических лиц	5 162,7	5 915,7	6 669,5
Акцизы	2 519,1	2 630,8	2 955,0
Налог на прибыль	675,9	3 799,4	2 789,7
Налог на недвижимость	555,7	1 083,1	998,2
Налог при упрощенной системе налогообложения	668,7	672,2	736,1
Налог за добычу (изъятие) природных ресурсов	3 277,7	757,7	688,3
Земельный налог	300,5	524,3	397,2
Налог на доходы	128,6	277,1	356,3
Экологический налог (включая утилизационный сбор)	113,5	140,3	207,2
Единый налог для производителей сельскохозяйственной продукции	116,5	122,7	139,6
Единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц	1 061,3	111,1	96,2
Налог на игровой бизнес	47,3	47,2	39,6
Прочие налоги, сборы, пошлины	576,9	591,5	523,0
Налоговые поступления всего	21 666,2	23 560,4	24 448,5
Коэффициент собираемости, %	99,03	99,0	99,01
Налоговый потенциал	21449,4	23324,8	24204,1

Как можно заметить, налоговые поступления в бюджет и налоговый потенциал (который скорректирован на коэффициент собираемости) несколько отличаются, поскольку в каждом из анализируемых периодов присутствовала задолженность по налогам.

3 Метод, основанный на валовом внутреннем продукте. Исходными данными для расчета явились официальные статистические данные по ВВП, налоговые поступления в консолидированный бюджет и задолженность по налогам и сборам за 2018-2020 годы. Результаты расчетов представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Оценка величины налогового потенциала с использованием метода оценки на основе ВВП

Показатели	В миллионах рублей		
	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Сумма фактического поступления налогов	21 666,2	23 560,4	24 448,5
Задолженность по налогам	167,0	110,2	128,7
Прирост (снижение) задолженности по налогам за отчетный период	65,2	(56,8)	18,5
ВВП (плановый)	121 568,0	132 000	147 000
Средняя налоговая ставка по стране	0,1782	0,1785	0,1663
Налоговый потенциал	21 663,4	23 562	24 446,1

Полученное значение налогового потенциала сравнивалось с фактическими налоговыми поступлениями для выявления достоверности оценки [1].

Результаты расчетов налогового потенциала Республики Беларусь предложенными методами отличаются от фактических налоговых поступлений незначительно. Отклонение составляет от 0,1 % до 0,3 %.

Следовательно, каждый из рассмотренных методов может быть использован в практических целях как для оценки налогового потенциала государства в целом, так и отдельных регионов.

Список использованной литературы

1 Пресс-релизы об исполнении бюджета [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь. – 2021. – Режим доступа: https://www.minfin.gov.by/ru/budget_execution/analytical_information/. – Дата доступа: 09.11.2021.

М. М. ШАЛОБАСОВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Дергун,**

канд. экон. наук, доц.

БЮДЖЕТНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ КАК ДЕТЕРМИНАНТА ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ

Значение здравоохранения возрастает во всем мире вместе с распространением подхода к здоровью нации как одному из факторов, обеспечивающих экономическое развитие государства и национальную безопасность. Укрепление здоровья и, соответственно, увеличение периода активной трудоспособности индивидов благоприятствует развитию человеческого капитала, повышению производительности труда, снижению затрат на выплаты по временной нетрудоспособности и в итоге – росту эффективности экономики. Одним из индикаторов качества системы здравоохранения является показатель продолжительности жизни. Рост продолжительности жизни является следствием экономического развития; научного прогресса (прежде всего, в области медицины); роста гигиенической культуры населения и образовательного уровня в целом.

В рейтинге ВОЗ по показателю общей ожидаемой продолжительности жизни Республика Беларусь занимает 85 ранг из 191 (уровень продолжительности – 74,8 года) [1]. Максимальная продолжительность жизни наблюдается в Гонконге (84,9 года), минимальная – в ЦАР (53,3 года).

Однако, индекс уровня ожидаемой продолжительности жизни не учитывает, будут ли прожитые годы активными и здоровыми. Разница между общей ожидаемой продолжительностью жизни и продолжительностью здоровой жизни составляет 12 %. В среднем люди по всему миру сохраняют относительно хорошее здоровье в течение первых 88 % времени своей жизни, серьезные проблемы со здоровьем возникают в «возрасте дожития». Существуют значительные различия между странами и группами стран по уровню человеческого развития. Так, продолжительность здоровой жизни составляет 69,9 лет в странах с очень высоким уровнем человеческого развития и 53,3 года в странах с низким уровнем. Позиции Республики Беларусь по данному показателю в большей степени соответствуют странам со средним уровнем человеческого развития, при этом разница в продолжительности здоровой жизни у мужчин (61,4) и женщин (69,3) составляет около восьми лет (рисунок 1) [1].

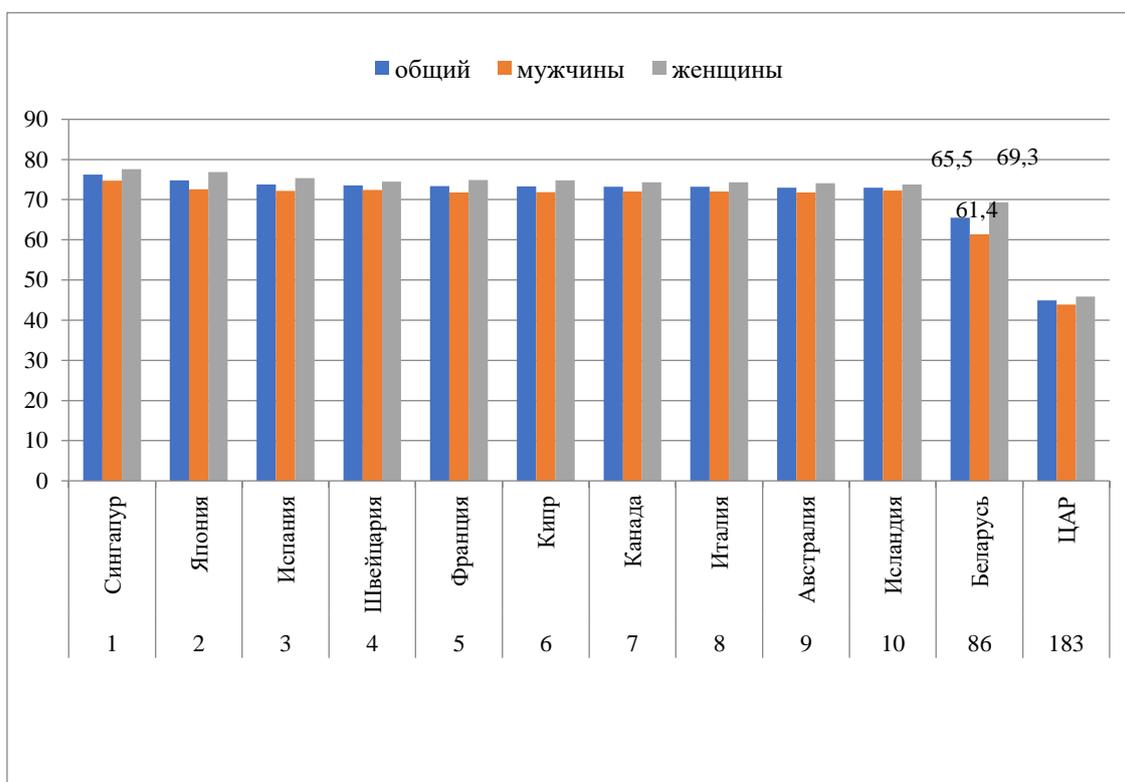


Рисунок 1 – Уровень продолжительности здоровой жизни в странах мира, лет

Уровень финансирования здравоохранения является фактором детерминации здоровья населения. Роль государства в финансировании системы здравоохранения иллюстрирует процент от ВВП, отражающий объем бюджетных расходов на здравоохранение. По стандартам ВОЗ на здравоохранение необходимо выделять не менее 6 % ВВП, а по стандартам ОЭСР – не менее 7 % ВВП. По мнению российских специалистов, создать современную систему оказания доступной и качественной медицинской помощи можно только при увеличении финансирования здравоохранения до 8–10 % ВВП. Как видно из данных рисунка 2 за последние несколько лет ассигнования из консолидированного бюджета обеспечили долю соответствующих расходов в диапазоне 3,68–4,67 % ВВП [2].

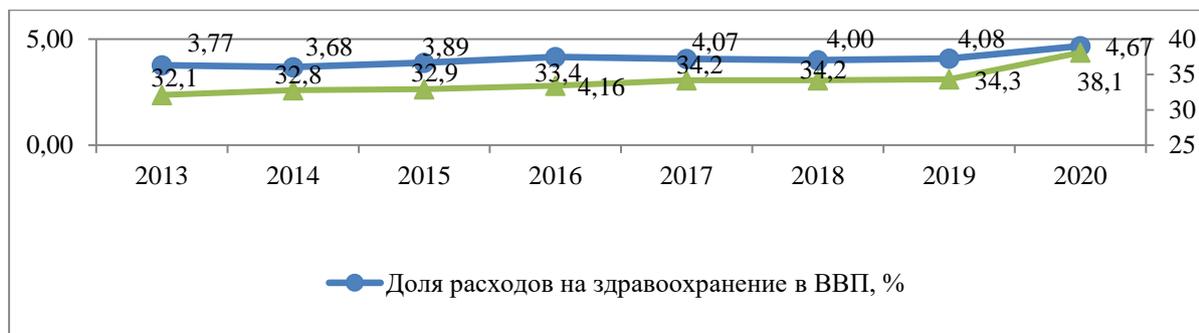


Рисунок 2 – Доля расходов консолидированного бюджета Республики Беларусь на здравоохранение в ВВП и общих расходах на социальную сферу, в процентах

В 2020 году расходы на здравоохранение составили 38,1 % общего объема расходов консолидированного бюджета на социальную сферу, что больше значения предыдущего года на 3,8 п.п. и на 6 п.п. больше уровня 2013 года. Основными факторами увеличения расходов на здравоохранения в 2020 году являются: финансирование мероприятий по борьбе с COVID-19, а также традиционные демографические изменения. Большая часть расходов финансируется за счет местных бюджетов. Изучение зарубежного опыта финансирования здравоохранения показало, что Республика Беларусь направляет на финансирование данной сферы существенно меньше стран «большой семерки»: США, Франция, Великобритания, Япония – 7,5–9,3 % от ВВП. Она отстает даже от менее развитых стран: в Венгрии, Польше, Болгарии и Эстонии власти расходуют на цели здравоохранения 4,7–5,1 % ВВП [3, с. 105–106]. В рейтинге ВОЗ стран мира по уровню национальных расходов на здравоохранения Республика Беларусь занимает 105 место из 189 возможных. Отношение общего объема государственных и частных расходов на здравоохранение к ВВП составляет 5,9 % (США – 17,1 %; Швейцария – 12,3 %; Германия – 11,2 %; Япония – 10,9 %). Международный опыт показывает высокую значимость бюджетного финансирования расходов на здравоохранение как детерминанты здоровья населения.

Список использованной литературы

- 1 Рейтинги стран и регионов [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/healthy-life-expectancy-index>. – Дата доступа: 02.12.2021.
- 2 Статистический ежегодник Республики Беларусь / Е. И. Кухаревич [и др.]; под общ.ред. И. В. Медведева. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021. – 407 с.
- 3 Беларусь и страны мира / Е. И. Кухаревич [и др.]; под общ.ред. И. В. Медведева. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2020. – 369 с.

А. Ю. ШИРОКАЯ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Л. В. Дергун,**

канд. экон. наук, доц.

ФИНАНСИРОВАНИЕ РАСХОДОВ НА СОЦИАЛЬНУЮ ЗАЩИТУ ГРАЖДАН В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ

В Республике Беларусь продекларировано развитие социально-ориентированной рыночной экономики. Модель экономического развития страны, основанная на данной концепции, предполагает последовательное повышение уровня жизни населения, сни-

жение социального неравенства, сочетание рыночных методов хозяйствования и регулирующей роли государства.

В повышении жизненного уровня граждан государство видит основу роста национальной экономики и социальной стабильности в обществе. Именно поэтому в Республике Беларусь расходы бюджета на отрасли социальной сферы продолжают оставаться приоритетными. По-прежнему расходы на финансирование здравоохранения, физкультуры и спорта, культуры, СМИ, образования и социальной политики составляют существенную величину в ВВП и рассматриваются как инвестиции в человеческий капитал. Они определяют показатели качества жизни: продолжительность жизни, уровень образования, объем и структуру потребляемых услуг и др. Приоритетным направлением социальной политики Республики Беларусь является социальная защита граждан.

На рисунке 1 представлена динамика расходов сектора государственного управления Республики Беларусь на социальную защиту граждан в процентах к ВВП. Наибольшее значение показателя наблюдалось в 2015 году (14,9 %), наименьшее – в 2011 году (12,8 %); в 2020 году показатель равен 14,0 % [1].

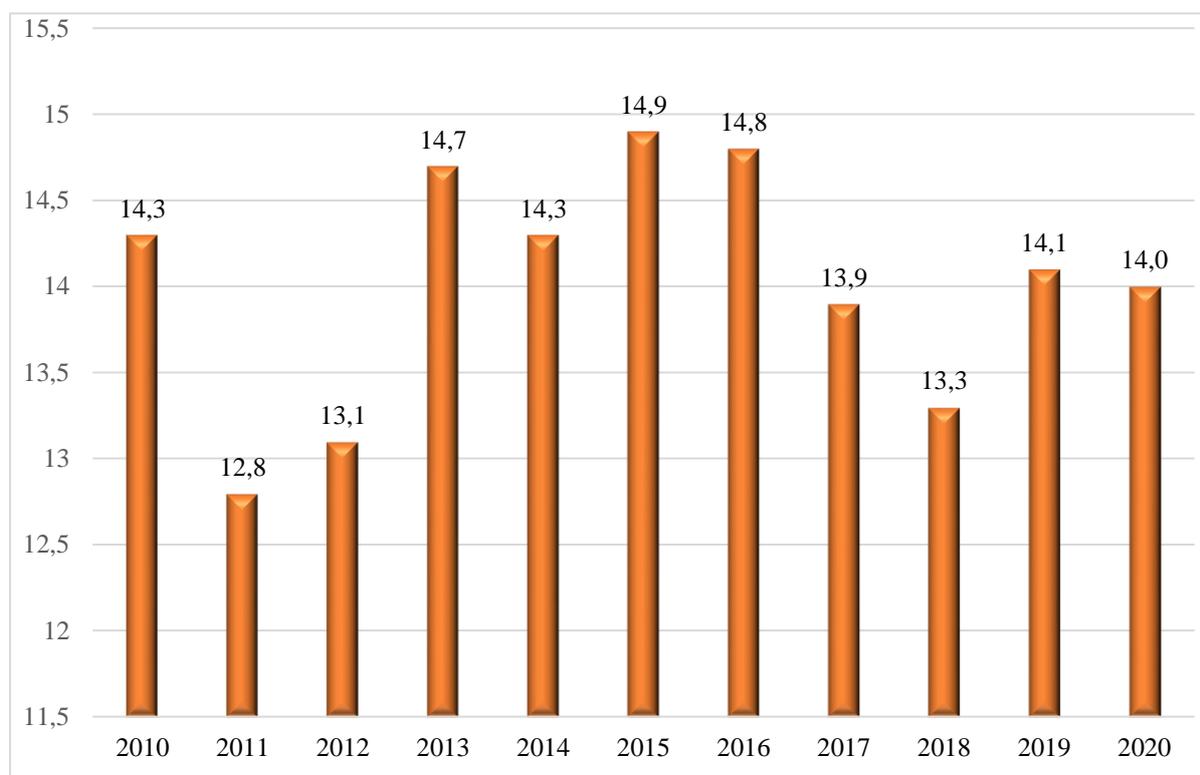


Рисунок 1 – Доля расходов сектора государственного управления Республики Беларусь на социальную защиту в ВВП за 2010–2020 гг., в процентах

В Евросоюзе расходы на социальную защиту составляют более 25 % ВВП. Высоким уровнем социальных расходов отличаются Франция, где на эти нужды тратится более 30 % ВВП. Далее следуют Дания и Финляндия, Германия, Австрия, Нидерланды, Италия, Бельгия и Швеция. Таким образом, социальная защита населения является первоочередной задачей для большинства государств мира.

Источниками финансирования расходов на социальную политику и социальную защиту граждан являются консолидированный бюджет и государственный внебюджетный Фонд социальной защиты населения Республики Беларусь (далее – ФСЗН). На рисунке 2 представлены объемы и структура источников финансирования расходов на социальную защиту граждан Республики Беларусь в 2017–2020 гг. [1].

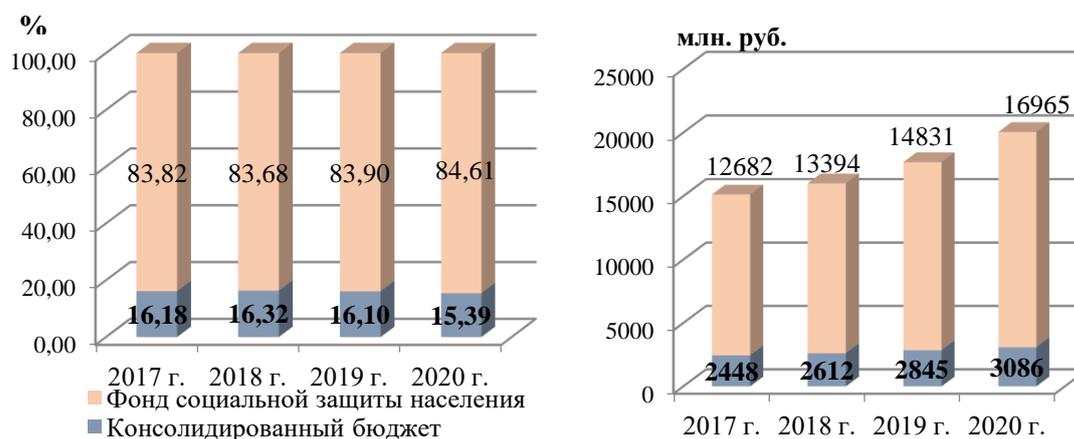


Рисунок 2 – Объемы и структура финансирования расходов на социальную защиту граждан Республики Беларусь за период 2017–2020 гг.

Необходимо отметить постоянное увеличение расходов на социальную политику по подразделу 10 01 «Социальная защита», финансируемых как за счет средств консолидированного бюджета, так и за счет ФСЗН. В 2020 году по сравнению с 2017 годом прирост общей суммы источников составил 32,52 %, в том числе 26,06 % – прирост средств консолидированного бюджета, 33,77 % – прирост средств ФСЗН. В целом, основная нагрузка по финансированию социальной защиты граждан приходится на ФСЗН (около 84 %).

Система государственной социальной защиты населения в Беларуси постоянно совершенствуется. Предусмотрена реализация Государственной программы «Социальная защита» на 2021–2025 годы с направлением на социальное обслуживание более 2,8 млрд. руб. В ближайший период ключевыми направлениями государственной политики в сфере социальной защиты станут обеспечение доступности государственной социальной помощи, усиление ее адресности и повышение качества социальных услуг. Дальнейшее развитие получают стационарозамещающие технологии социального обслуживания, а также обеспечение полноценного участия лиц с инвалидностью в жизни общества путем создания для них безбарьерной среды.

Список использованной литературы

1 Статистический ежегодник Республики Беларусь 2021 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2021. – 407 с.

А. Н. ШПАДАРУК

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **Е. А. Кадовба,**

канд. экон. наук

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ И НЕОБХОДИМЫЕ УСЛОВИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Система ипотечного кредитования занимает уникальное положение в национальной экономике. Во-первых, в настоящее время ипотечное кредитование в большинстве экономически развитых стран не только является основной формой улучшения жилищных условий граждан, но и оказывает существенное влияние на экономическую ситуа-

цию в стране в целом. С другой стороны, система ипотечного кредитования представляет сегодня сложнейший механизм, состоящий из взаимосвязанных и взаимозависимых подсистем.

Следует отметить, что ипотечное кредитование – это предоставление долгосрочных кредитов специализированными организациями (коммерческие банки, Агентство ипотечного жилищного кредитования (Россия), жилищно-потребительские кооперативы и т.д.) под залог недвижимого имущества на строительство или приобретение недвижимости. В свою очередь ипотека – это форма залога, которая предполагает закладывание недвижимости, которая остается во владении и использовании должника [1].

Ипотечное кредитование в современной экономике государства приобретает первостепенное значение и определяет возможности решения важнейшей проблемы обеспечения граждан жильем [2]. Наличие собственного жилья вносит в жизнь людей элемент благополучия и стабильности, и очень важно, по мнению социологов, чтобы жилье появлялось как можно раньше, а не после десятилетних ожиданий. В этом отношении альтернативы ипотечному жилищному кредитованию не существует.

Вместе с тем, в Республике Беларусь есть определенные сложности в развитии ипотечного кредитования. Поэтому следует отметить, что, несмотря на обилие программ развития жилищного строительства, кредитования малого и среднего бизнеса, экономические реалии таковы, что без принятия комплекса дополнительных мер по стимулированию инвестиций в эти сферы решить данные проблемы будет невозможно. Чтобы убедиться в этом, достаточно сопоставить размеры платежеспособного спроса основной массы населения, действующие цены на жилье, условия получения кредитов на приобретение квартиры или строительство собственного дома, суммарную стоимость активов, находящихся под контролем малых и средних предприятий.

В таблице 1 представлены данные по кредитной задолженности физических лиц на цели финансирования строительства и приобретения жилья в Республике Беларусь в 2017-2020 гг.

Таблица 1 – Динамика кредитной задолженности физических лиц на цели финансирования строительства и приобретения жилья в Республике Беларусь в 2017-2020 гг.

Показатели	В миллионах рублей			
	2017	2018	2019	2020
Кредитная задолженность физических лиц на цели строительства и приобретения жилья на 1 января, всего	5 330	5 911	7 096	8 455
Выдача кредитов на цели строительства и приобретения жилья, всего	36,7	104,7	117,8	118,6
Всего к ВВП, %	5,0	4,9	5,0	5,1

В последние годы отмечается увеличение спроса на ипотечное кредитование в связи с необходимостью в улучшении жилищных условий граждан, а также внедрением новых социально-экономических программ для поддержки различных слоев населения. Вместе с тем, в Республике Беларусь есть определенные сложности в развитии ипотечного кредитования. В мае 2020 года в связи с экономическим кризисом в стране выдача кредитов была временно приостановлена, однако возобновление кредитования банками приобретения жилья к концу года спасло рынок недвижимости от сильного обвала цен.

На сегодняшний день основными причинами непопулярности ипотеки в Беларуси являются высокие ставки, невысокая покупательская способность граждан, небольшие сроки выплат, недостаточная разработанность белорусского законодательства в данной сфере, в частности, невозможность выселения семей с несовершеннолетними детьми, что делает ипотечное кредитование для банков весьма рискованной операцией [3].

Соответственно для успешного развития ипотечного кредитования в Республике Беларусь необходимо выполнение следующих условий: уровень инфляции не более 5-7 %, процентные ставки по ипотечным кредитам в национальной валюте не более 12-15 %, доля выплат по ипотеке – не выше 35 % от чистого годового дохода кредитополучателя. Учитывая то, что уровень инфляции в декабре 2021 года достиг критической точки (9,97 %), можно сделать вывод, что государство должно разработать более эффективные методы для развития ипотеки в стране. Увеличение ставки рефинансирования в июле 2021 года (9,25%) также негативно отражается на этом процессе.

Исходя из вышеизложенного, можно сформулировать следующие необходимые для успешного и широкого осуществления банками Республики Беларусь ипотечных операций условия:

- наличие в стране необходимых макроэкономических условий;
- обеспечение высокого уровня благосостояния населения;
- наличие достаточных свободных финансовых ресурсов (или надежных источников их поступления), которые банк может надолго отвлечь от операций с краткосрочными кредитами;
- создание системы страхования недвижимости, а также других рисков, связанных с ипотечным кредитованием;
- обеспечение реальной возможности обращения взыскания на заложенное имущество, создание оперативной системы судебного рассмотрения дел при обращении взыскания на предмет ипотеки;
- снижение процентных ставок по кредитам на строительство (реконструкцию) и приобретение жилья.

Таким образом, развитие системы ипотечного жилищного кредитования позволит, с одной стороны, улучшить жилищные условия населения, а с другой, стимулировать рост рынка строительства и недвижимости. Из этого следует, что поддержка государством развития ипотечного кредитования является предпосылкой достижения реального экономического роста в стране. В современных условиях, когда предпринимаются меры по стабилизации экономики и реформированию кредитно-финансовой сферы, развитие системы ипотечного жилищного кредитования остается одним из приоритетных направлений государственной политики и развития общества.

Список использованной литературы

- 1 Хохлова, М. М. Анализ и тенденции развития ипотечного кредитования в РФ / М. М. Хохлова // Интеграция наук. – 2019. – № 1 (24). – С. 212–215.
- 2 Литвинова, С. А. Ипотечное кредитование: учеб. пособие / С. А. Литвинова. – М., Берлин : Директ-Медиа, 2015. – С. 3.
- 3 Ипотека в Беларуси [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/ipoteka-v-belarusi>. – Дата доступа: 15.01.2022.

В. В. ШПАКОВСКАЯ

(г. Минск, Академия управления при Президенте Республики Беларусь)

Науч. рук. **Т. Н. Пунько**,

канд. юрид. наук, доц.

ПОРЯДОК НАСЛЕДОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ АКТИВОВ КАК ОБЪЕКТОВ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ

Цифровые технологии являются неотъемлемой частью жизни современного человека. Находясь в постоянном развитии, цифровая среда порождает новые правовые ин-

ституты и общественные отношения, которые требуют формирования актуальных норм права и механизмов правового регулирования.

Гражданское право, так же, как и многие отрасли права подверглось воздействию новых информационных технологий. Из-за появления в гражданском обороте цифровых активов, особое внимание уделяется вопросу о включении их в объекты гражданских прав.

Е. А. Суханова пишет, что «смысл категории объектов гражданских прав заключается в установлении для них определенного гражданско-правового режима, т. е. возможности или невозможности совершения с ними определенных действий (сделок), влекущих известный юридический (гражданско-правовой) результат» [2, с. 158].

Цифровая сфера развивается стремительно быстро и вряд ли сбавит темп, уже сегодня она касается каждого из нас. Поэтому, можно предположить, что это только вопрос времени, когда цифровые активы будут признаны объектом гражданских прав как «иное имущество».

Ввиду того, что на различных цифровых площадках могут храниться электронные деньги или криптовалюта, тем самым наделяя их имущественной ценностью, то возникает вопрос, что будет с ними после смерти лица, которому они принадлежали.

В статье 1033 Гражданского кодекса Республики Беларусь указано, что «в состав наследства входят все права и обязанности, принадлежавшие наследодателю на момент открытия наследства, существование которых не прекращается его смертью».

Статья 128 Гражданского кодекса Республики Беларусь к объектам гражданских прав относит:

- вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права;
- работы и услуги;
- нераскрытая информация;
- исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг;
- нематериальные блага.

Если относить цифровые активы к «иному имуществу» объектов гражданских прав, то можно сделать вывод, что наследование цифровых активов будет осуществляться в порядке и на условиях, установленных законодательством.

Наследуя цифровые активы, наследникам нужно будет доказать их принадлежность к наследодателю. Не стоит забывать, что бывают случаи, когда люди регистрируются на различных сервисах под вымышленными именами, тем самым установить факт принадлежности аккаунта/профиля к наследодателю весьма сложно. В подобных ситуациях наследникам нужно будет в судебном порядке доказывать принадлежность аккаунта/профиля к наследодателю.

Ввиду того, что собственники криптовалюты обезличены, данные о них нигде не содержатся, а правоустанавливающие документы не выдаются, то правомочия собственника по владению, пользованию и распоряжению криптовалютой осуществлять может лицо, которому известны номер электронного кошелька и его пароль. Поэтому, наследодателю необходимо заранее позаботиться о судьбе его цифровых активов.

Для того чтобы наследодатель был уверен, что учётные данные от цифровых активов станут известны наследникам только после его смерти, можно воспользоваться как открытой, так и закрытой формой завещания.

Статья 1046 Гражданского кодекса определяет, что закрытое завещание, должно быть собственноручно написано и подписано завещателем. Закрытое завещание передается в присутствии двух свидетелей, которые ставят на конверте свои подписи. Затем конверт, подписанный свидетелями и завещателем с указанием о разъяснении завещателю требований, установленных пунктом 2 Статьи 1046 Гражданского кодекса

Республики Беларусь, запечатывается в присутствии завещателя и свидетелей в другой конверт, на котором нотариус учиняет надпись, содержащую сведения о лице, от которого им принято закрытое завещание, о месте и дате его принятия, о фамилии, имени, отчестве и месте жительства каждого свидетеля.

Таким образом, сегодня ведется множество дискуссий насчет того, относить ли цифровые активы к объектам гражданских прав в виде «иного имущества». Однако хочется отметить, что признание цифровых активов объектом гражданских прав позволит обеспечить переход данного имущества от наследодателя к наследникам.

Список использованной литературы

1 Овчинников, А. И. Цифровые права как объекты гражданских прав / А. И. Овчинников // Философия права. – 2019. – № 3. – С. 104–112.

2 Суханов, Е. А. Российское гражданское право. Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права / Е. А. Суханов. – М. : Статут, 2011. – 330 с.

3 Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: 7 декабря 1998 г., № 218-З: принят Палатой представителей 28 октября 1998 г.: одобр. Советом Респ. 19 ноября 1998 г.: в ред. Закона Респ. Беларусь от 31.12.2021 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=НК9800218>. – Дата доступа: 10.02.2022.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ

А. С. АПАНАСЬКО

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Науч. рук. **О. В. Пугачёва,**

канд. экон. наук, доц.

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ РАСЧЁТОВ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

После создания проекта для инвестирования необходимо оценить его экономическую эффективность с помощью автоматизированных средств расчетов инвестиционных проектов. Сегодня автоматизированные средства управления инвестиционными проектами позволяют создавать высокопрофессиональные планы и облегчают ввод финансовой, операционной и стратегической информации. При выборе систем автоматизации расчетов при управлении проектами нужно иметь четкое представление об их особенностях, возможностях, преимуществах и недостатках.

Автоматизированные средства расчетов инвестиционных проектов можно разделить на универсальные, которые не зависят от отрасли и конкретной задачи («ИНЭК-Холдинг», «Project Expert»), и отраслевые («Energy Invest»). Для специальных инвестиционных проектов, показатели которых невозможно рассчитать с помощью универсальной или отраслевой программ, разрабатываются индивидуальные системы. Такие системы разрабатывает компания «Интеринвестпроект».

Отраслевые системы являются наиболее распространенными. Они учитывают исходную информацию, которая в дальнейшем используется базой данных различных проектов в конкретной отрасли. Недосток универсальных систем – это выполнение большого количества дополнительных или вспомогательных расчетов. Например, «ИНЭК-Холдинг» эффективен при проведении санации предприятий, а «Project Expert» – в металлургической, энергетической отраслях. При привлечении иностранных инвестиций нужно учитывать, что зарубежные инвесторы не знают особенностей белорусской экономики. Для удобства расчетов иностранные инвесторы используют зарубежные программы, например, «COMFAR». Следовательно, при выборе системы для расчетов финансовых, инвестиционных проектов нужно учитывать субъективные факторы, которые важны для любого предприятия.

Рассмотрим системы «Project Expert» и «Бизнес-аналитик», которые используются для расчетов инвестиционных проектов, и проанализируем их возможности.

Программный комплекс «Бизнес-аналитик» решает задачи финансово-экономического анализа и планирования. Данный программный комплекс подходит для: разработки плана развития инвестиционного проекта; внешнего анализа и контроля работы организации. Система учитывает особенности конкретного предприятия и производит необходимые локальные настройки без постоянного вмешательства разработчиков [1].

Основные функциональные возможности программного комплекса: финансово-экономический анализ; разработка инвестиционного проекта; анализ инвестиционного проекта; анализ эффективности инвестиций; анализ чувствительности и так далее. Инвестиционный анализ в системе «Бизнес-аналитик» состоит из: оценки финансовой реализации проектов; оценки эффективности инвестиций (NPV, IRR и другие); инвестиционного заключения. Данный программный комплекс платный, существует его демо-версия на 5 дней [2].

Программное обеспечение «Project Expert» позволяет разработать инвестиционный план развития проекта, оценить его, контролировать показатели эффективности проекта и предоставлять необходимую финансовую отчетность потенциальным инвесторам. К финансовым отчетам можно отнести: отчет о прибылях и убытках; бухгалтерский баланс; отчет о движении денежных средств (Cash Flow); отчет об использовании прибыли. Потенциальные инвесторы запрашивают отчеты за несколько лет, а также прогнозы будущих финансовых результатов.

Одно из главных преимуществ «Project Expert» – анализ рисков и прибыльности работы организации. Также пользователь программы может контролировать все факторы развития проекта и, впоследствии, предугадать риски. Методики расчета в системах надежны и проверены. Но от корректности исходных данных зависит конечный результат. Также на стадии разработки проекта необходимо провести анализ устойчивости [3, с. 6].

В таблице 1 представлены данные по некоторым критериям, которые были рассмотрены для анализа двух систем.

Таблица 1 – Сравнительный анализ систем автоматизации расчетов при разработке и управлении инвестиционными проектами

Название программы	Назначение	Соответствие международным стандартам	Доступ к алгоритмам расчетов	Оформление выходных документов
ПК «Бизнес-аналитик»	Для финансово-экономический анализа, планирование	Соответствует	Возможность изменения методик расчетов	В виде текстовых заключений, таблиц и графиков
«Project Expert»	Для финансового планирования и инвестиционного анализа	Соответствует	Методика расчетов не может быть изменена	В виде текстовых заключений, таблиц и графиков

Так как системы для оценки инвестиционных проектов имеют приблизительно одинаковые возможности, эффективность их применения во многом зависит от квалификации персонала и умения правильно определить исходные данные для расчетов.

Список использованной литературы

1 Информационные технологии INEC [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <http://ycheba.ru/it/automated-analysis/ba/comparing-and-monitoring.php> – Дата доступа: 15.01.2022.

2 ПК «Бизнес-аналитик». ИНЭК [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.1csoft.ru/catalog/7628/4039286/20447549/> – Дата доступа: 15.01.2022.

3 Информационные технологии в бизнесе: учеб. пособие / Л. В. Белецкая, В. П. Киреенко, Н. Н. Поснов; под ред. Т. В. Борздовой. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2012. – В 3 ч. – Ч. 3. Project Expert. – 72 с.

М. К. БОЙКО

(г. Сочи, Сочинский государственный университет)

Науч. рук. **В. В. Коваленко,**

канд. техн. наук, доц.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ LEAN ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТ ПО РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Развитие информационных технологий и их повсеместное внедрение во всех сферах производства привело к тому, что несколько лет назад казалось невозможным: для

любой предметной области создана не одна, а целая линейка информационных систем. Однако наличие информационной систем еще не означает, что в управлении предприятием не присутствует ни одна проблема. На самом деле бурное развитие информационных технологий, изменение законодательства, появление новых профессий и многое другое приводит к тому, что за пределами используемой на предприятии информационной системы появляются новые бизнес-процессы, которые четко не определены и поэтому выполняются исполнителями в зависимости от их профессионализма и степени их ответственности.

Для решения этой проблемы предлагается выявить подобные “узкие места” в управлении и сформировать для их управления регламентные бизнес-процессы. Для определения узких мест автором используется методология Lean (“Бережливое производство”), которая ориентирована на сокращение всевозможных потерь и предлагается их классификация из семи видов потерь. При этом используется версия Lean-методологии, ориентированная на проблемы предприятий, разрабатывающих программное обеспечение [1].

Основной деятельностью исследуемой компании является разработка функционала для информационной системы ИС, консультация и обучение пользователей по работе с ней, а также распространение лицензий на ее использование для предприятий. В результате анализа деятельности компании на основе методологии Lean выявлены следующие виды потерь: «Неиспользуемый человеческий потенциал», «Излишние перемещения» и «Профессиональное выгорание сотрудников».

Вид потери «Неиспользуемый человеческий потенциал» возникает чаще всего, когда сотрудник начинает выполнять функции, иногда по личной инициативе, которые не входят в его должностные инструкции. Например, клиент обращается напрямую к программисту ввиду срочности и важности задачи. Программист в свою очередь, для поддержания лояльности клиента, начинает с ним обсуждение новой задачи, а также ее выполнение без уведомления руководства, что приводит к новому виду потерь – «перемещению».

«Перемещение» как вид потерь характеризуется переключением специалиста с одной задачи на другую, что вызывает потерю времени, поскольку специалисту нужно вникнуть в суть новой задачи, а по выполнении ее, вернуться на предыдущую и вспомнить, на чем он остановился, чтобы продолжить ее выполнять. Кроме этого, такие ситуации приводят к тому, что такая задача официально не зарегистрирована и руководство о ней узнает только после выставления счета клиенту.

Данные проблемы с «узкими местами», как правило, не удается решить средствами функционала действующей на предприятии информационной системы. Поэтому предлагается использовать методологию системы сбалансированных показателей, которая обеспечивает отслеживание исполнения заданий сотрудниками, а также оценивает эффективность их работы [2]. Для ее реализации разработана стратегическая карта, в которой в качестве стратегической определена цель «Повышение качества работы программиста», а показателем для нее установлен «Процент качественно выполненных задач». При декомпозиции стратегической цели определены подцели «Уменьшение количества незарегистрированных задач» и «Сокращение времени общения с клиентом» с соответствующими показателями: «Количество незарегистрированных задач» и «Продолжительность времени общения с клиентом».

На рисунке 1 изображен сформированный бизнес-процесс «Поступление задачи от клиента непосредственно программисту».

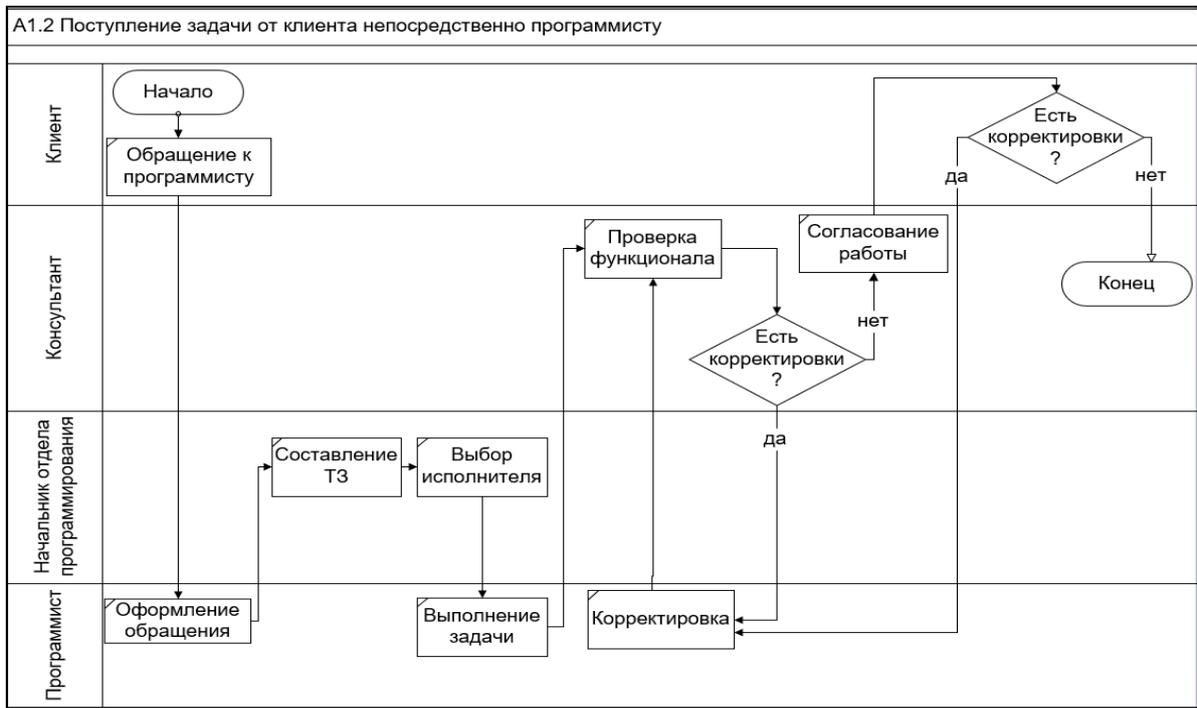


Рисунок 1 – Бизнес-процесс «Поступление задачи от клиента непосредственно программисту»

Владельцем данного бизнес-процесса является директор компании, исполнителями – начальник отдела программирования, консультант и программист. В результате звонка клиента будет перенаправляться на начальника отдела программирования, а тот на основании загруженности и профессионального опыта подчинённых оптимально распределит данную задачу.

Работа выполнена на российском пакете бизнес-моделирования “Business Studio”, с помощью которого на основе бизнес-процесса (рисунок 1) и сведений о закреплении его функций и показателей за исполнителями, были сгенерированы должностные инструкции для всех исполнителей [2].

В результате получился регламентированный бизнес-процесс для устранения одного из «узких мест» в управлении компанией.

Список использованной литературы

- 1 Поппендик, Т. Бережливое производство программного обеспечения / Т. Поппендик, М. Поппендик. – М. : Вильямс. – 2010. – 257 с.
- 2 Коваленко, В. В. Проектирование информационных систем : учеб. пособие / В. В. Коваленко. – 2-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 356 с.

И. А. ГНАТЮК

(г. Гомель, Белорусский государственный университет транспорта)

Науч. рук. **С. Л. Шатров,**

канд. экон. наук, доц.

НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Одним из современных способов повышения экономической эффективности деятельности предприятия является цифровизация. На сегодняшний день цифровая транс-

формация охватила очень многие сферы, цифровые технологии внедряются практически во все области деятельности.

Цифровое предприятие – это организация, которая применяет информационные технологии (ИТ) в качестве конкурентоспособного превосходства во всех отраслях своей деятельности: изготовлении, бизнес-процессах, маркетинге и взаимоотношениях с покупателями. Традиционная компания преобразовывается в фирму с цифровым мировоззрением, следуя по пути цифровой трансформации. Сам продукт, рекомендуемый таким предприятием на рынок, следовательно, делается цифровым.

Термин «цифровой» отмечает основополагающее отличие от прошлого, когда ИТ применялись для оптимизации существующих предприятий и бизнес-процессов. Таким образом, был достигнут некоторый прирост производительности, оставаясь в рамках общепринятой бизнес-модели, создавая привычные продукты и обеспечивая привычные услуги. Сегодня обстановка другая: технологии убирают отлично знаменитые границы между рынками и характеризуют новые бизнес-концепции. Мир вступает в эпоху цифрового бизнеса, обуславливающуюся беспрецедентным уровнем конвергенции технологий, бизнес-процессов, коммуникаций, искусственного разума и интеллектуальных вещей. Переход к цифровому бизнесу порождает волну революционных инноваций во многих участках [1].

Термин «цифровое предприятие» связан с концепцией «Индустрия 4.0» с прицелом, прежде всего, на преобразование масштабов промышленного потребления. Благодаря такому методу любой завод перерастает в новейшее предприятие, способности которого выскочивают далеко за рамки его вещественных способностей и ограничений.

Все процессы в цифровой фирме существуют в двух средах. Для начала создание моделируется в виртуальной среде. Это создает цифровых двойников отдельных продуктов и всего производства: они уменьшают издержки, наращивают скорость и сложность на этапе разработки и испытания. Затем модели переносятся в реальную среду, а цифровые решения дают возможность держать под контролем производство на каждом этапе. Вот как это работает на практике.

Этап 1 – разработка продукта. Точность прогнозирования спроса повышается до 85 % с помощью технологии Big Data Analytics. Время вывода продукта на рынок сокращается на 20-50 % благодаря: быстрому моделированию и возможности проводить тесты в виртуальной среде [2].

Разработка нового продукта на цифровом предприятии происходит в цифровой среде. Сначала в информационную базу вносят все сведения о пока еще не существующем продукте и свойствах, которыми он должен обладать. Конструкторы начинают работу над проектной документацией – тоже в электронном виде.

Когда проектная документация готова, время переходить к испытаниям будущего изделия. Это необходимо, чтобы выявить возможные ошибки проектирования, определить, будет ли продукт соответствовать требуемым от него параметрам.

Этап 2 – моделирование производственных процессов. На этом этапе отмечается снижение затрат на контроль качества продукции на 10-20 % за счет управления качеством с использованием цифровых технологий [2].

Перед запуском промышленного производства нового продукта необходимо подготовить площадку. Дополнительно – выполнить проектирование всех параметров и этапов производственного процесса. В цифровом предприятии это также происходит в виртуальной среде. С помощью цифровых решений можно быстро и точно смоделировать работу всех отделов компании.

Цифровой двойник производственного процесса дает ответы на вопросы: сколько сотрудников и устройств требуется для производства партии нового продукта? Сколько времени потребуется для завершения того или иного процесса? С какими сценариями должна работать каждая машина, робот, экструдер, прокатный стан и другие типы обо-

рудования и сотрудников, чтобы все операции выполнялись максимально эффективно? Какой объем сырья необходим, чтобы не закупить излишки и не создать узких мест в производственной цепочке?

В виртуальной производственной модели можно протестировать все режимы работы и аварийные ситуации, чтобы разработать план действий в случае их возникновения. Важно, что имеется возможность моделировать не только рабочие процессы обору- рудования, но и то, как человек будет с ним взаимодействовать. Это позволяет заранее оценить эргономичность всех операций с виртуальными моделями и сделать их более удобными и безопасными.

Этап 3 – подготовка производства и инжиниринг. На цифровом предприятии руч- ной труд сводится к минимуму – вместо него используются роботы и станки с число- вым программным управлением (ЧПУ). Чтобы начать выпуск новых продуктов на про- изводственных линиях, оборудованных станками с ЧПУ, необходимо написать для них программный код. Таким образом, заранее выявляются и устраняются ошибки, которые могут привести к неисправности устройства. Только после проверки код передается на машину и начинается ввод в эксплуатацию.

Этап 4 – производство продукции. Производительность увеличивается на 3-5 % за счет следующих технологий: «интеллектуальное» энергопотребление; компьютериза- ция продукции; оптимизация работы устройства в реальном времени [2].

Производительность технических отделов компании увеличивается на 45-55 % на основе автоматизации работы персонала за счет: взаимодействия людей и роботов; удаленного мониторинга и контроля производственных процессов; цифрового управ- ление производительностью; автоматизации умственного и физического труда [2].

Этап 5 – техническое обслуживание и ремонт оборудования. Период простоя обо- рудования уменьшается на 30-50 % вследствие цифровых технологий за счет эластич- ности маршрутизации при загрузке оборудования, эластичности в применении обо- рудования. способности далёкого прогноза управления, профилактического техобслужи- вания [2].

Цифровые копии производственного движения помогают лучше осуществить пре- дупредительные осмотры и ремонтное оборудование. WinCC OA фиксирует из- нашивание оборудования, накапливая данные из датчиков, и дает возможность более точно определить, а также подкорректировать, план ремонтных работ.

В целом можно отметить, что цифровое преобразование дает возможность решать проблемы, связанные с управлением компанией, в абсолютно другой плоскости. Ис- пользование данного инструмента позволит не только увеличить эффективность ис- пользования различных видов ресурсов компании, но и повысить прозрачность бизнес- процессов, что позволит принимать более грамотные управленческие решения.

Список использованной литературы

1 Аналитика рынка СЭД и ЕСМ // Что такое «Цифровое предприятие» и как им стать? [Электрон- ный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://www.docflow.ru/news/analytics/detail.php?ID=32175>. – Дата доступа: 19.05.2019.

2 Siemens ingenuity for life. Как работает цифровое предприятие [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://digitalization.vedomosti.ru/how.html>. – Дата доступа: 19.05.2019.

К. О. ЛЕШКО

(г. Барановичи, Барановичский государственный университет)

Науч. рук. **Д. В. Низовец**

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК ЗАЛОГ УСПЕХА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Активное развитие маркетинга приходится на XX век, что связано с появлением многочисленных каналов коммуникаций, приносящих в общество рекламу. Концепция традиционного маркетинга в настоящее время корректирует свой комплекс продвижения или, иначе говоря, коммуникационные технологии. Основным коммуникационным пространством современного маркетинга является Интернет. В последние 5-7 лет доля современного сетевого маркетинга приходится на социальные сети, такие как Вконтакте, Twitter, Facebook, Одноклассники, Instagram и другие, которые прочно вошли в нашу повседневную жизнь, а маркетинг органично влился в них, профессионально пуская «в народ» рекламу и используя при этом лучшие заповеди традиционного маркетинга: выберите сегменты рынка и займите в них лидирующие позиции; наблюдайте за потребителями; не спускайте глаз с конкурентов; сотрудничайте с выгодными людьми; чётко планируйте и пользуйтесь современными технологиями; используйте универсальную систему планирования; контролируйте качество своих товаров и услуг [1].

В настоящее время развитие цифровых технологий с каждым годом переходит на новый уровень, это оказывает влияние на все сферы экономики. И вслед за изменением основных средств подачи информации произошел процесс интеграции цифровых технологий во все направления бизнес-деятельности, которые потребовали внесения коренных изменений в технологию, культуру, операции и принципы создания новых продуктов и услуг. Этот процесс маркетингологи стали называть цифровой трансформацией.

Одним из первых направлений, которое попало под влияние цифровой трансформации, оказался маркетинг. В первую очередь, стало очевидно, что маркетинговая деятельность требует коренных изменений. Именно в этом направлении произошло освоение новыми практиками работы в цифровых условиях. Углубление изучения цифровой трансформации очень быстро дало понять, что прежние методы работы являются крайне неэффективными.

Целью цифровой трансформации является разработка программы для улучшения цифровых возможностей и навыков, а также для включения интеграции цифровой маркетинговой деятельности с брендом и маркетингом продукта.

На сегодняшний день Республика Беларусь успевает за технологическим прогрессом. Это видно на примере Парка высоких технологий (ПВТ) – темпы роста парка и нашей IT-отрасли на порядок превосходят все остальные. Как результат имеем рост ВВП, который представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика ВВП Республики Беларусь за 2018-2020 гг.

В миллионах рублей

Год			Изменения, ±		Темпы роста, %	
2018	2019	2020	2019 к 2018	2020 к 2019	2019 к 2018	2020 к 2019
122319,7	134732,1	147006	+12412,4	+12273,9	110,1	109,1

Примечание: источник [3].

Отметим, что на протяжении всех трёх лет ВВП Республики Беларусь имеет тенденцию к увеличению. Данному росту прежде всего обязаны ПВТ. И то, что страна может не только остановить «утечку мозгов», но и повернуть ее вспять, – это также показал и доказал ПВТ.

Ранее общество жило в хорошо понятном мире с трёхступенчатой моделью поведения потребителя. Потребитель видел рекламу, у него возникало желание пойти в магазин и приобрести товар. Если же продукт нравился, у него появлялось желание купить его ещё раз. Сейчас же эта классическая для традиционного маркетинга модель устарела: увидев рекламу потребитель пойдёт не в магазин, а в Интернет. Исследование зарубежной компании «Smart Insights» по управлению цифровым маркетингом выявило много проблем с точки зрения того, как компании работают с ним сегодня. Они провели опрос и, исходя из него, получили результаты, показанные на диаграмме (рисунок 1): 65% компаний вовлечены в цифровую трансформацию, в то время как 35% компаний ещё не планируют данный процесс.

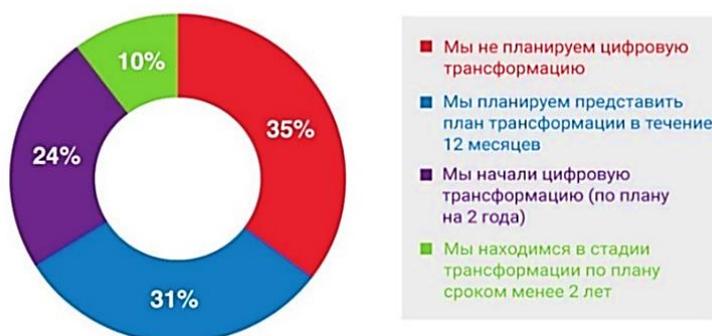


Рисунок 1 – Актуальность цифровой трансформации [3]

Если ранее для телевидения создавался один рекламный ролик, который затем находил своё место в каждой стране, то сейчас необходимо выпускать пригодный контент для различных форматов. С точки зрения маркетинга, это очень большая трансформация. Приходится работать в таком цикле: потребитель узнаёт о продукте, затем приобретает его и оценивает, а позже оставляет о нём своё мнение в сети, что, в свою очередь, становится источником знаний для новых потребителей.

Цифровая трансформация – это непрерывный процесс: он никогда не бывает «завершён». Для компаний, которые начали оцифровывать бизнес-процессы, цифровизация является важным аспектом постоянного развития. Правильное использование автоматизации маркетинговых функций позволяет маркетологам персонализировать контент, а также помогает экономить время при выполнении сложных и трудоёмких задач.

Таким образом, цифровая трансформация маркетинга – это не конечная цель, а процесс. Для маркетологов этот процесс полностью изменил представление об общении с клиентами, сделав компании более «умными», «персонализированными» и «ориентированными на клиента». Эффективное внедрение цифровизации в маркетинг имеет огромный потенциал для дальнейшего совершенствования этого процесса, который позволяет предлагать пользователям интересные контекстные материалы с использованием подходящих каналов, повышать доход и сохранять клиентов.

Список использованной литературы

- 1 Концепция современного маркетинга. [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://1btl.ru/sovremennyy-marketing.html>. – Дата доступа: 20.12.2021.
- 2 Совет по развитию предпринимательства // Новости совета / [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <http://ced.by/ru/news/~shownews/kef-2019>. – Дата доступа: 20.12.2021.
- 3 Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа: belstat.gov.by. – Дата доступа: 20.12.2021.

В. И. МЕЛЬНИК, В. П. РОДЬКО

(г. Минск, Белорусский государственный экономический университет)

Науч. рук. **А. С. Сверлов,**

канд. экон. наук, доц.

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ

В современном мире технологии развиваются с быстро возрастающей интенсивностью, обуславливая изменения всех уровней бытия общества и человека, в том числе и его повседневной жизни. Роботы заменяют людей на рабочих местах – этим фактом уже никого не удивить, особенно если речь идёт о производстве, машиностроении, логистике и перевозках. Но для бизнесменов и блогеров, получающих прибыль от продаж и рекламы в социальной сети Instagram, конкуренция в виде робота – явление новое и необычное. Скорость распространения информации, формирование общественного мнения, внедрение пропаганды, создание репутации бренда – все это значительно упростилось в цифровую эпоху. Стремительное развитие цифрового пространства постепенно стирает границы между реальным и виртуальными мирами. XXI век стал началом новой промышленной революции, производной которой являются CGI разработки. Все чаще компании для рекламы в социальных сетях стали использовать виртуальных инфлюенсеров [1]. На каждом рынке происходит перенасыщение, а современный постоянно меняющийся медиаландшафт требует от маркетологов и рынка моментальной адаптации. Большинство инфлюенсеров прилагают значительные усилия, чтобы сохранить иллюзию успеха, тщательно планируя свои фотографии и посты, чтобы они больше походили на «настоящую жизнь».

Работа с виртуальными инфлюенсерами дает компаниям возможность минимизировать риск негативного или непредвиденного поведения наемных исполнителей. CGI-инфлюенсеры обеспечивают бизнесу полный контроль над действиями и речью. Виртуальные инфлюенсеры всё еще находятся на начальной стадии и являются экспериментальной стратегией для брендов. Однако отраслевые эксперты видят в них огромный потенциал для брендинга. Виртуальные влиятельные лица упрощают охват более широкой аудитории. Они могут говорить и публиковать сообщения на любом языке и легко путешествовать по миру. С помощью всего лишь небольшого количества манипуляций их легко сделать подходящими для любой культуры или аудитории. Виртуальные блогеры обходятся дешевле – отпадает необходимость в найме стилиста, визажиста и прочего персонала, но есть и сложности: реальный блогер может сделать селфи за несколько секунд, а каждый пост виртуального инфлюенсера создает целая команда 3D-художников. Самый популярный CGI-инфлюенсер – Lil Miquela [2], юная американская модница и сторонница либеральных вопросов, создана компанией Brud. За четыре года работы в сети ей удалось привлечь внимание модных журналов и брендов класса люкс, а также 3 миллиона подписчиков в Instagram. Аудитория Lil Miquela в основном женская (73%), при этом 58% подписчиков имеют возраст от 18 до 24 лет. Интересы аудитории: телевидение, кино, мода и музыка. Публикации виртуальной модели очень похожи на записи живого человека. Беглый обзор её профиля в Instagram позволяет заметить большое количество фото и видео.

Маркетинговые кампании с участием виртуальной модели и певицы популярны. Сегодня искусственный интеллект удивляет не только техническими возможностями, но и своей близостью к аудитории. В социальной сети YouTube все видео Miquela имеют одинаковый формат, она часто делится с аудиторией новой музыкой. AI-инфлюэнсер уже привлекла внимание многих известных брендов, среди которых CalvinKlein. Видео бренда, размещённое на YouTube, собрало 388 тысяч просмотров,

но то же видео на личной странице Miquela в Instagram набрало 1,4 миллиона просмотров. Уровень вовлечённости аудитории составил целых 12,11%. Также в 2019 г. LilMiquela снялась в провокационном ролике вместе с супермоделью Беллой Хадид. На ее счету коллаборации с LouisVuitton, Moschino, Prada, Samsung.

Популярность виртуальных инфлюенсеров во всем мире осознали и в странах СНГ, однако на данный момент они здесь только набирают оборот. Стоит отметить, что нашим специалистам не удаётся добиться такой натуральности и сходства с реальным человеком, как у американских или корейских специалистов. Самой популярной русской виртуальной моделью является Aliona Pole, у которой в настоящий момент около 16 тыс. подписчиков в Instagram. После запуска рекламы Yota с цифровой моделью Aliona Pole, она стала получать больше предложений о сотрудничестве, среди которых – Schwarzkopf, MAC Cosmetics, Cosmopolitan. Новое поколение инфлюенсеров CGI стирает грань между виртуальным миром и реальностью. Эти цифровые аватары, тщательно контролируемые и тщательно отобранные, вызывают у пользователей социальных сетей сильное чувство любопытства. Крупные бренды готовы использовать свой потенциал и сотрудничать с ними. Они могут быть не настоящими, но их влияние есть.

Бюджеты на продвижение через инфлюенсеров растут. В 2019 г. компании потратили 8 млрд. долл. США, а в 2020 г. уже 10 млрд. долл. США, в 2022 г. – 22 млрд. долл. США. При этом виртуальные персонажи создают более вовлекающий контент. Средний показатель вовлеченности инфлюенсеров – 0,7%, а, например, у Lil Miquela он достигает 2,7%. Согласно отчету Business Insider Intelligence, в 2022 г. бренды будут тратить около 15 млрд. долл. США на инфлюенс-маркетинг, и ожидается, что все большая часть бюджета будет распределяться на контракты с виртуальными знаменитостями. Основатель «цифрового модельного агентства» Кэмерон-Джеймс Уилсон также уверен, что виртуальные селебрити – будущее 3D-моды: «Без цифровых звезд 3D-одежда теряет среду и один из главных элементов мира моды – музу. Зачастую мы больше интересуемся тем, кто надевает вещи, а не что именно на них надето... Нынешние виртуальные аватары только начинают свои карьеры в моде, но за 3–5 лет станут ветеранами этой новой индустрии». Поскольку для брендов дешевле создать 3D-модель одежды, чем изготавливать «черновик» и пробные партии из настоящих материалов, эту трехмерную вещь нужно на ком-то показывать. И в качестве «вешалок» лучше всего подходят CGI-блогеры.

Таким образом, данный подход может оказать сильное влияние на общественное мнение и различные социальные вопросы. Это влияние может быть, как положительным, так и совершенно некорректным отрицательным. Из-за безупречной компьютерной графики и отсутствия недостатков виртуальные инфлюенсеры формируют у аудитории нереалистичные ожидания относительно того, как выглядит красота, стиль и культура, и оказывают опасное влияние на общество в целом.

Список использованной литературы

1. Виртуальные инфлюенсеры, вдохновляющие кампании и KPI в инфлюенсер-маркетинге [Электронный ресурс]. – 2021. – <https://vc.ru/marketing/151419-virtualnye.-influensery-vdohnovlyayushchie-kampanii-i-kpi-v-influenser-marketinge>. – Дата доступа: 07.10.2021
2. Искусственный интеллект Lil Miquela – новое лицо инфлюэнс-маркетинга [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://www.everest.ua/ru/yksusstvennyj-yntellekt-lil-miquela-novoe-lyczo-ynflyuens-marketynga/>. – Дата доступа: 07.10.2021.

Б. П. ЯЦИШИН

(г. Хмельницкий, ОСП Хмельницкий торгово-экономический профессиональный колледж КНТЭУ)

Науч. рук. **О. В. Янюк**

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ ГОРОДА ХМЕЛЬНИЦКОГО

Гостиничное хозяйство – это специфическая отрасль управления. В гостиничной отрасли сегодня информационные технологии имеют большое значение для будущего развития гостиниц. Место и функции информационных технологий в гостиничном предприятии определяет его достижение, успех и фактор конкуренции на мировом рынке. Стратегия развития новых информационных технологий в отеле – это главный фактор каждого гостиничного предприятия.

Необходимо проанализировать и изменить обилие данных в информационной системе гостиниц в «настоящие знания», и все это невозможно без существования профессионального управления отелем. Руководство гостиниц использует информационные технологии для совершенствования возможности принятия решений и повышения удовлетворенности гостей. Отель будет успешным, если гостиничный продукт высокого качества и максимальная прибыль реализованы [1].

В последнее время в городе Хмельницком наблюдается существенное оживление развития туризма. Причины этого: приближение границ ЕС к границам Украины, постепенная интеграция государства в европейское и мировое общество; увеличение количества политических и культурно-развлекательных мероприятий европейского и мирового уровня, проводимых на территории области; рост туристической привлекательности Украины для отечественных туристов. В частности, это связано с тем, что город Хмельницкий выиграл «The 2021 Europe Prize». Это престижная награда, которую Парламентская ассамблея Совета Европы (ПАСЕ) ежегодно присуждает городу, наиболее активно популяризирующему европейские ценности. Следовательно, это стало импульсом в развитии гостиниц в городе.

Для автоматизации гостиничного бизнеса используются следующие программные продукты: система «B52 Отель», система Fidelio, система «ШТРИХ – М: Отель», эдельвейс «UCS Shelter», система «Интеротель»: АСУ Отель, система Libra Hospitality, система «Интурсофт»: Hotel 2000, система Korston Hospitality, система «Парус – Гостиничное хозяйство». Данная информация исследована и приведена сравнительная характеристика программных продуктов в [2, 3].

С целью выявления самых популярных программных продуктов, используемых в заведениях гостиничного хозяйства города Хмельницкого, были проведены исследования студентами ОСП «ХТЭФК КНТЭУ» во время экскурсий в отели. В результате установлено, что среди 69 заведений гостиничного хозяйства 44 предприятий используют систему «Парус – Гостиничное хозяйство»; систему «B52 Отель» – 15; систему Fidelio – 10 компаний.

Стоит отметить, что на рынке гостиничных услуг города Хмельницкого появился «ROYAL PALACE LUXURY HOTEL and SPA» - изысканная атмосферная гостиница, номера которой оформлены в классическом стиле. В зависимости от предпочтений каждый гость сможет выбрать номер в четырех стилях. Большинство номеров оборудованы удобными террасами и имеют площадь от 42 (+ терраса 23) до 110 (+ терраса 33) м². Комфортный отдых обеспечивают мебель ведущих мебельных компаний и сантехника ведущих мировых производителей.

На основе проведенных исследований было выяснено, что в заведениях гостиничного хозяйства города Хмельницкого применяются информационные программные продукты, а именно:

- система «Парус – Гостиничное хозяйство»;
- система «B52 Отель»;
- система Fidelio.

На рисунке 1 приводится структура информационных программных продуктов, применяемых в гостиничном хозяйстве города Хмельницкого.



Рисунок 1 – Структура информационных программных продуктов, применяемых в гостиничном хозяйстве города Хмельницкого

В результате использования информационных технологий в гостиничном бизнесе повышается качество сервиса и престиж заведения; обеспечивается быстрая обработка заказов и поселение гостей; улучшается согласованность и контроль за работой персонала; ведется учет движения проживания в номерах.

Таким образом, использование информационных технологий в заведениях гостиничного хозяйства города Хмельницкого помогает сделать гостиничные предприятия конкурентоспособными и востребованными на рынке.

Список использованной литературы

- 1 Мальська, М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів / М. П. Мальська. – Київ : ЦНЛ, 2013. – 249 с.
- 2 Развитие внутреннего туризма в Украине: проблемы и перспективы : межвузовская научно-практическая конференция. – Винница: ООО «Винницкая городская типография», 2021. – 105 с.
- 3 Автоматизовані системи управління підприємствами ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/chkhalo.htm. – Дата доступу: 17.01.2022.

Научное электронное издание

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**

*X Международная научно-практическая конференция
студентов и магистрантов*

(Гомель, 16 марта 2022 года)

Сборник материалов

Подписано к использованию 14.03.2022

Объем издания 2,86 МБ

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования

«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий № 3/1452 от 17.04.2017.

Специальное разрешение (лицензия) № 02330 / 450 от 18.12.2013.

Ул. Советская, 104, 246028, Гомель.

<http://conference.gsu.by>