

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СБОРНИК КОНКУРСНЫХ
НАУЧНЫХ РАБОТ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ**
Часть II

Брест 2019

УДК 624;628;+338:339

Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов

Рецензент: к.т.н., профессор, зав. кафедрой ГиТК Шведовский П. В.

В сборнике представлены статьи по экономическим и социально-гуманитарным проблемам, отражающие результаты научных исследований и представленные на Республиканский конкурс научных работ студентов и магистрантов вузов Республики Беларусь.

Издаётся в 2 частях. Часть 2.

ISBN 978-985-493-469-3 (ч. II)

ISBN 978-985-493-467-9

Редакционная коллегия: главный редактор: к.т.н., доцент Шалобыта Н. Н.
зам. главного редактора: к.т.н., доцент Кандыбо С. Н.
зам. главного редактора: к.т.н., профессор Шведовский П. В.
зам. главного редактора: к.э.н., зав. кафедрой Черноокая Е. В.

Члены редколлегии: к.т.н., доцент Жданов Д. А.
ст. преподаватель Кузьмина Е. В.
ст. преподаватель Винник Н. С.
ст. преподаватель Парфиевич А. Н.
ст. преподаватель Хомицкая Т. Г.

УДК 624;628;+338:339

ISBN 978-985-493-469-3 (ч. II)

ISBN 978-985-493-467-9

© Издательство БрГТУ, 2019

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

СИСТЕМЫ ХАССП (НАССР) И GMP+ НА ПИЩЕВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Система ХАССП, или в английской транскрипции НАССР (Hazard analysis and critical control points – Анализ рисков и критические контрольные точки), является в настоящее время основной моделью управления безопасностью пищевых продуктов в промышленно развитых странах.

ХАССП представляет собой отдельно оформленный ГОСТ-стандарт для производителей продуктов питания [1].

ХАССП – концепция, предусматривающая систематическую идентификацию, оценку и управление опасными факторами, существенно влияющими на безопасность продукции.

Сертификация по принципам НАССР применяется в пищевой промышленности и предполагает создание так называемых контрольных точек на всех стадиях производственного процесса. Тщательной проверке подвергаются сырье, материалы, используемые производственные процессы, способы транспортировки, хранения и реализации готовой продукции.

Анализ возможных рисков – это средство контроля качества и защиты продукции от возможного микробиологического, химического или физического загрязнения. Сертификат НАССР гарантирует безопасность производства и самой продукции.

Для каждого параметра определяется свой критический уровень, превышение которого может привести к негативным последствиям. Разрабатывается система мониторинга каждой точки и формируется список действий, которые будут предприняты при достижении критического уровня.

Система менеджмента безопасности пищевых продуктов по принципам НАССР разрабатывается для каждого предприятия индивидуально.

Выдачу сертификатов НАССР в нашей стране осуществляет Государственный комитет по стандартизации, а также областные и региональные центры стандартизации, метрологии и сертификации. Сама процедура включает в себя несколько этапов, на которых подвергается тщательной проверке действующая система менеджмента безопасности и выявляются проблемные области [2].

Также существует стандарт качества GMP+, который обеспечивает оптимальный уровень надежности и качества производимой продукции к системе пищевой безопасности.

GMP+ определяет основные требования к каждому производственному процессу – начиная от используемых для строительства производственных помещений материалов и количества в одном кубометре окружающего воздуха микроорганизмов, до одежды, в которую одеваются работающие в этих помещениях сотрудники фирмы-производителя. Также этим стандартом регламентируется качество краски, которой наносится маркировка на упаковки с готовой продукцией. Более того, стандарт GMP+ предъявляет повышенные требования к системе менеджмента качества предприятия, производственному оборудованию, работающему персоналу, помещениям и документации.

Таким образом, GMP+ - это нормы и правила, обеспечивающие надлежащий контроль качества на предприятии.

Стандарт GMP+ вступает в работу уже на начальном этапе производственного процесса, а это, как известно, выбор и приобретение сырья. Ведь готовая продукция никогда не будет иметь высокое качество, если исходные материалы, используемые для ее производства, хотя бы в малой степени не отвечают предъявляемым требованиям и нормам. Поэтому абсолютно все сырье, поступившее на предприятие, должно подвергаться обязательной верификации (контролю качества), куда входит проверка не только количественных показателей, но и качественных.

Проверка заключается в проведении микробиологического анализа, испытаний по химическим и физическим показателям, проверке наличия тяжелых металлов, антибиотиков, радионуклидов, пестицидов и пр.

Особые требования предъявляет стандарт качества GMP+ к производственным помещениям — обязательно должны контролироваться параметры влажности и температуры. Все системы водоснабжения, вентиляции, канализации, освещения, удаления производственных отходов подлежат тщательному контролю в соответствии с требованиями данного стандарта. Сотрудники предприятия должны обеспечиваться рабочей спецодеждой и соблюдать правила личной и трудовой гигиены. Вся готовая произведенная продукция подлежит обязательному контролю, и только после этого отправляется для расфасовки и упаковывания в тару, а затем отправляется на склад.

Но на этом процесс проверки не заканчивается — для проведения конечного анализа берут по одному экземпляру готовой продукции из каждой партии. Проверяют правильность и наличие маркировки, проверяют качество с помощью органолептики, проводят проверку физико-химических свойств и микробиологический анализ — уровень pH, растворимость, распадаемость и другие.

Стандарты качества GMP+ впервые появились в Америке еще в 1963 году и уже несколько позднее начали распространяться по миру. Сегодня этими стандартами руководствуются предприятия в 40 странах мира.

Соблюдение стандартов качества GMP+ есть 1 из ключевых показателей эффективности деятельности предприятия.

В ОАО «Жабинковский сахарный завод» сертифицированы и функционируют:

- система менеджмента качества применительно к производству сахара-песка и жома сушеного гранулированного, разработке и производству сахара крупнокристаллического, продукта сахарного «Сахар желирующий Классик 1:1» на соответствие требованиям СТБ ISO 9001-2009;
- система качества и безопасности кормовой продукции на соответствие требованиям стандарта GMP B2 (2010) «Производство кормовых ингредиентов» в Международной Системе Сертификации Кормовой Отрасли GMP+;
- система управления безопасностью пищевых продуктов на основе анализа опасностей и критических контрольных точек (НАССР) применительно к производству, хранению, транспортированию и оптовой продаже сахара-песка, сахара крупнокристаллического и продукта сахарного «Сахар желирующий Классик 1:1» на соответствие требованиям СТБ 1470-2012.

Функционирование СМК, систем GMP+, НАССР охватывает все сферы деятельности предприятия, от входного контроля сырья до окончательного контроля готовой и кормовой продукции, определения степени удовлетворенности потребителей качеством и безопасностью готовой и кормовой продукции.

Гарантией обеспечения достоверного и объективного контроля сырья, продукции в процессе производства, готовой и кормовой продукции являются аккредитация сырьевой лаборатории и техническая компетентность производственной лаборатории.

Функционирующие на предприятии СМК, системы GMP+, HACCP позволили повысить конкурентоспособность готовой и кормовой продукции, их экспортные возможности, удовлетворенность потребителей, финансово-экономические показатели деятельности предприятия, показатели качества и безопасности выпускаемой продукции, улучшить организацию работ в области качества и безопасности, совершенствовать продукцию и процессы в целом.

Системы GMP+ и HACCP позволили выявить все потенциально опасные факторы биологической, химической и физической природы, которые могут присутствовать в сырье, вспомогательных материалах, готовой и кормовой продукции, на всех стадиях технологического процесса, исходить из окружающей среды и персонала; оценить риски, определить контрольные и критические контрольные точки на всех стадиях создания продукции, начиная с получения сырья до конечного потребления, включая этапы переработки, хранения, реализации, а также оперативно и своевременно ими управлять с целью получения гарантий выработанной на предприятии безопасной продукции, повышение ее конкурентоспособности и экспортных возможностей .

Следует отметить, что после выдачи соответствующего сертификата контроль на предприятии не прекращается – комиссия сертификационного центра ежегодно производит проверку контрольных точек на соответствие производственного процесса стандартам.

Список цитированных источников

1. HACCP на пищевом предприятии – что это такое, обязательно или нет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gidinform.ru/hassp-na-pishhevom-predpriyatii-cto-eto-takoe-obyazatelno-ili-net/>. – Дата доступа 10.04.2019.

2. Сертификат HACCP – что это такое? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.protera.by/promo/protera/sertifikat-haccp-cto-eto-takoe/>. – Дата доступа 10.04.2019.

УДК 006.83

Азарко Д. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Хилькович А. В.

СЕКТОР СТАНДАРТИЗАЦИИ И КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рассмотрим организационную структуру по качеству на конкретном примере. Вопросами качества на ОАО «Жабинковский сахарный завод» занимается сектор стандартизации и качества (ССК). Сектор стандартизации и качества является самостоятельным структурным подразделением предприятия и подчиняется непосредственно генеральному директору. ССК создается и ликвидируется приказом генерального директора предприятия.

Непосредственное руководство ССК осуществляет начальник сектора стандартизации и качества. Структуру и штатную численность ССК утверждает генеральный директор предприятия.

Организационная структура и состав ССК представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Организационная структура ССК

Основные задачи сектора стандартизации и качества:

- Координация работ по функционированию и совершенствованию СМК, организация работ по разработке, внедрению, сертификации, функционированию и совершенствованию систем НАССР, GMP⁺.
- Оценка результативности функционирования СМК.
- Сбор, накопление, систематизация, обработка, анализ и обобщение информации о качестве.
- Обеспечение руководства предприятия своевременной и достоверной информацией по всем аспектам состояния работ по качеству.
- Формирование и ведение фонда ТНПА, документов СМК, систем НАССР, GMP⁺.

Функции ССК:

- Участие в разработке Политики предприятия в области качества, Политики в области качества и безопасности кормовой продукции, ознакомление и доведение их до всех подразделений предприятия, осуществление контроля за реализацией Политик.
- Координация деятельности подразделений предприятия по вопросам функционирования и совершенствования СМК предприятия.
- Организация работ по разработке, внедрению, сертификации, функционированию и совершенствованию систем НАССР, GMP⁺.
- Обеспечение методического руководства по вопросам управления качеством, функционирования и совершенствования СМК, системы НАССР, GMP⁺.
- Формирование, ведение и актуализация фонда ТНПА предприятия, заключение договоров со сторонними организациями на нормативно-информационное обслуживание.
- Формирование перечней действующих на предприятии документов СМК, системы НАССР, GMP⁺, положений, должностных и рабочих инструкций.
- Выявление всех существующих и потенциальных проблем качества, информирование о них высшего руководства, определение состава необходимых мероприятий, направленных на улучшение управления качеством, участие в разработке планов корректирующих и предупреждающих мероприятий.

- Обеспечение руководства предприятия своевременной и достоверной информацией по всем аспектам работ по качеству.

- Планирование, организация и проведение внутренних аудитов с целью определения соответствия деятельности подразделений требованиям СМК, системы НАССР, GMP⁺, анализ результативности проведенных внутренних аудитов.

- Оценка и анализ результативности функционирования СМК предприятия, формирование предложений по ее совершенствованию и улучшению.

- Формирование отчета по анализу функционирования СМК для анализа со стороны руководства предприятия.

- Анализ достижения установленных целей предприятия в области качества.

- Своевременная актуализация документов СМК, системы НАССР, GMP⁺.

- Формирование номенклатуры дел предприятия с последующим согласованием ее в вышестоящих организациях, оказание методической помощи в разработке номенклатур дел подразделений с соблюдением основных принципов ведения делопроизводства.

- Осуществление приема, учета, систематизации, размещения и хранения дел, законченных делопроизводством, в архиве предприятия, проведение научно-технической обработки и упорядочения документов постоянного хранения в архиве в согласовании с вышестоящими организациями.

- Обеспечение хранения, сохранности проектно-сметной документации в техническом архиве предприятия, проведение отбора и выдачи технической, проектно-сметной документации строительно-монтажным организациям и специалистам предприятия в установленном порядке.

- Представление отчетности вышестоящим организациям в установленные сроки.

- Осуществление контроля соблюдения работниками предприятия требований СМК, системы НАССР, GMP⁺.

- Своевременное предоставление в орган по сертификации пакета документов для получения декларации соответствия на кормовую продукцию (жюма сушеного гранулированного, мелассы свекловичной, мелассы сырцовой).

Права сектора стандартизации и качества:

- Вносить предложения руководству предприятия по формированию политики в области качества, политики в области качества и безопасности кормовой продукции, совершенствованию и улучшению СМК, системы НАССР, GMP⁺ предприятия.

- Запрашивать и получать от руководителей подразделений, других должностных лиц предприятия необходимые сведения, информацию, документы по вопросам управления качеством.

- Требовать проведения дополнительных испытаний по определению качества и безопасности сырья и продукции в производственной и сырьевой лабораториях.

- Беспрепятственно посещать все производственные, вспомогательные и бытовые помещения предприятия в любое время.

- Требовать от подразделений предприятия выполнения мероприятий, направленных на совершенствование СМК, системы НАССР, GMP⁺.

- Вносить предложения руководству предприятия по мотивации руководителей подразделений и других должностных лиц, осуществляющих работы в области управления качеством [1].

Всю полноту ответственности за ненадлежащее и несвоевременное выполнение возложенных на сектор стандартизации и качества задач и функций, несет начальник сектора стандартизации и качества.

На него, в частности, возлагается персональная ответственность в случае:

- нарушений правил и сроков представления отчетности;
- не обеспечения руководства предприятия достоверной информацией по вопросам функционирования СМК, системы НАССР, GMP⁺ на предприятии;
- несвоевременного, а также некачественного исполнения распоряжений и поручений руководства предприятия.

Степень ответственности других работников сектора стандартизации и качества устанавливается должностными инструкциями.

Список цитированных источников

1. Агарков, А.П. Управление качеством: Учебник для бакалавров / А.П. Агарков. – М.: ИТК Дашков и К, 2015. – 208 с.

УДК 334.722

Беджанова А. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кайдановская Т. В.

МАЛЫЙ БИЗНЕС КАК ОБЪЕКТ АНАЛИЗА

Малый бизнес является одним из самых важнейших элементов рыночной экономики. Считается, что без малого бизнеса невозможно гармоничное развитие государства. Малый бизнес во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

Существует множество определений значения малого бизнеса. Согласно законодательству Республики Беларусь, малый бизнес – это зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 100 человек включительно.

О. Ю. Стасевич определяет малый бизнес как предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения.

В ряде публикаций и научных работ существует такое определение малого бизнеса, как деятельность, осуществляемая небольшой группой лиц, или даже предприятие, управляемое одним собственником. Можно встретить и следующее определение: малый бизнес – это небольшое предприятие (или фирма), принадлежащее частному лицу (или лицам).

Таким образом, можно сказать, что малый бизнес – это предпринимательская деятельность в различных отраслях экономики, которая имеет ограниченную численность работников.

В Республике Беларусь существуют критерии, на основе которых предприятия различных организационно правовых форм относят именно к субъектам малого бизнеса: численность персонала; размер уставного капитала; величина активов; объем оборота (прибыли, дохода) [1].

Таблица 1 – Удельный вес малых и микроорганизаций в основных экономических показателях (в процентах)

	2013	2014	2015	2016	2017
Валовой внутренний продукт	14,4	14,4	13,7	14,2	14,9
Средняя численность работников	19,4	19,1	18,3	19,3	19,6
Объем промышленного производства, включая стоимость переработанного давальческого сырья	9,5	9,1	9,3	10,1	10,2
Инвестиции в основной капитал	26,7	30,7	23,5	25,8	22,6
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	27,7	27,8	29,0	29,7	32,5
Объем внешней торговли товарами	27,8	30,6	33,6	33,6	36,4
Экспорт товаров	26,2	32,7	41,4	37,9	40,0
Импорт товаров	29,3	28,7	26,7	30,0	33,3

По данным таблицы, доля малого бизнеса в ВВП Республики Беларусь повышается и составляет в 2017 году 14,9%, показатель инвестиций в основной капитал в последние годы снижается, а с 2009 по 2017 годы были закрыты около 23300 индивидуальных предпринимателей.

Большинство руководителей малого бизнеса не проводят экономический анализ хозяйственной деятельности, поэтому они имеют проблемы с принятием управленческих решений, следовательно, и теряют возможность наращивания прибыли.

В ходе рассмотрения проблем малого бизнеса мы выяснили, что для того, чтобы собственник мог принимать правильные управленческие решения, которые помогут предприятию выжить, удержаться «на плаву», а также развиваться, существует необходимость проводить и совершенствовать анализ хозяйственной деятельности предприятий малого бизнеса. В настоящее время анализ занимает высшее место среди функций управления финансами предприятия, в том числе и выявления резервов повышения эффективности производства.

Анализом финансового состояния малых предприятий в Республике Беларусь преимущественно занимаются банки с целью оценки их кредитоспособности. Белорусскими банками разрабатываются свои методики оценки кредитоспособности заемщика, а также используется кредитный скоринг, а именно:

- Application Scoring — оценка кредитоспособности заемщиков для получения кредита. Переводит в количественную плоскость риски банка, которые связаны с правильной оценкой социальных, демографических, финансовых и других данных заемщика для принятия решения о выдаче кредита.

- Behavioral Scoring — скоринг, основанный на оценке поведения, принятие банком решений в рамках управления отдельными кредитными счетами заемщиков и кредитным портфелем в целом. Основная задача поведенческого скоринга является прогнозирование возможных рисков, связанных с заемщиками.

- Collection Scoring — определение приоритетных дел и направлений работы в отношении «плохих» заемщиков, состояние кредитного счета которых классифицировано как «неудовлетворительное». Своевременное предупреждение просрочек является очень важным для снижения затрат банка в рамках работы по взысканию задолженности и работы с залоговым имуществом [2].

К способам оценки кредитоспособности клиента банков Республики Беларусь относятся: оценка делового риска; оценка менеджмента; оценка финан-

совой устойчивости клиента на основе системы финансовых коэффициентов; анализ денежного потока; сбор информации о клиенте и наблюдение за работой клиента путем выезда на место [2].

Для решения вопроса о выдаче кредита банк требует от клиента представления определенного набора документов. Их количество и содержание могут быть различными для разных групп клиентов. Если речь идет о физических лицах, то тут все просто – гражданин должен представить банку справку о зарплате. Индивидуальный предприниматель, в свою очередь, не имеет таких справок, единственным источником информации у него является налоговая декларация, однако суммы в ней могут быть занижены. Тут и возникает вопрос об условно-расчетных величинах дохода по сравнению с реальными доходами.

Вследствие вышеуказанных проблем банки должны проводить мониторинг предприятий, формируя ежеквартально базы данных на основе финансовой отчетности организаций. В выборку попадают только юридические лица, составляющие официальную отчетность. Предприятия, применяющие упрощенную систему налогообложения, уплачивающие налог на вмененный доход, индивидуальные предприниматели отчетность не составляют и в выборку не включаются.

Сегодня необходимо централизованно, на основе грамотно организованных выборочных исследований или сплошных наблюдений формировать статистические базы данных по малому бизнесу.

Отсутствие статистически значимых ориентиров приводит к субъективности методик оценки финансового состояния.

После изучения данной методики можно сделать вывод, что любая методика будет создана для усредненной организации, поэтому тут имеется широкий спектр творческих способностей при оценке кредитоспособности клиента.

В Европе все больше распространяется такая должность, как бизнес-аналитик. Однако владельцы малого бизнеса не думают, что им нужен бизнес-аналитик, они считают, что он необходим более крупным организациям. На самом деле бизнес-аналитик может определить, что владелец малого бизнеса может сделать, чтобы расширить свой бизнес. Владелец малого бизнеса может получить от бизнес-аналитика такую же выгоду, как и большая корпорация. Могут быть случаи, когда бизнес-аналитик видит общую картину, когда владелец малого бизнеса может видеть только практический результат.

Бизнес-аналитик сможет оценить малый бизнес и определить, какие бизнес-решения должны быть приняты. Он или она может проинструктировать владельца малого бизнеса о новых доступных программах. Бизнес-аналитик сможет дать совет относительно новых технологий, которыми владелец малого бизнеса не пользуется. Дополнительные расходы на бизнес-аналитика могут значительно увеличить прибыль малого бизнеса.

Список цитированных источников:

1. О поддержке малого и среднего предпринимательства: Закон Республики Беларусь от 9 января 2018 г. № 91-3.
2. Классификация заемщиков по оценке их финансового состояния [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lektsii.org/13-37154.html> — Дата доступа: 17.04.2019.
3. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2011 г. № 1672 (в ред. от 22 января 2016 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.centrcen.by/upload/1672.pdf> – Дата доступа: 14.04.2019.

МОДЕЛЬ АНАЛИЗА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

Малый бизнес – важнейший элемент рыночной экономики, без которого не может гармонично развиваться государство. Малый бизнес во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

Яркими примерами стран, у которых малый бизнес находится в лидерах, являются США, Япония и страны Европейского союза. Например, в Италии, Нидерландах, Норвегии, Израиле и Финляндии доля малого бизнеса в ВВП страны превышает 60%. За рубежом малому бизнесу уделяют большое внимание и поддержку, там же удельный вес малых предприятий значительно выше, чем в Республике Беларусь. Основным нормативно-правовым актом, регулирующим деятельность малого бизнеса на территории Республики Беларусь, является Закон Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства» от 1 июля 2010 г. № 148-З [1].

Для того чтобы руководитель смог принимать эффективные управленческие решения, ему необходимо видеть реальную «картину» финансового состояния бизнеса, даже если этот бизнес малый. Поэтому возникает необходимость формирования универсальной модели анализа хозяйственной деятельности предприятий малого бизнеса, в которой будет необходимая руководству информация о его состоянии. Предлагаемая модель должна отвечать требованиям понятности, удобства формирования данных. Также следует обратить внимание на минимизацию трудовых и временных затрат на ее создание и использование.

Для создания модели анализа хозяйственной деятельности предприятия малого бизнеса из каждой группы экономических показателей мы выбрали один или несколько показателей, наиболее полно характеризующих их деятельность, независимо от численности работников, масштаба и объема выпуска продукции. В таблице 1 представлена матрица выборки аналитических показателей.

Таблица 1 – Матрица отбора аналитических показателей

Показатели:	+/-
1	2
<i>Показатели использования средств труда</i>	
Фондорентабельность	-
Фондоотдача	-
Фондоёмкость	+
<i>Показатели использования материальных ресурсов</i>	
Материалоотача	-
Материалоёмкость	+
<i>Показатели производительности труда</i>	
Среднегодовая выработка одним рабочим	-
Среднедневная выработка одним рабочим	+
Среднечасовая выработка одним рабочим	-

Продолжение таблицы 1

1	2
Показатели рентабельности	
Рентабельность производственной деятельности	-
Рентабельность продаж	+
Рентабельность капитала	+
Показатели прибыли	
Валовая прибыль	-
Прибыль (убыток) от продаж	+
Прибыль (убыток) до налогообложения	-
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	-
Показатели платежеспособности	
Коэффициент абсолютной ликвидности	+
Коэффициент промежуточной ликвидности	-
Коэффициент текущей ликвидности	-
Показатели финансовой устойчивости	
Коэффициент автономии	+
Коэффициент финансовой зависимости	-
Коэффициент финансирования	-

Нами разработана автоматизированная модель расчета аналитических показателей в программе Microsoft Excel. В таблицу вносятся данные, а сами показатели рассчитываются автоматически (рисунок 1).

Исходные данные по предприятию:										Расчет показателей:					
Наименование предприятия: _____															
№п.п.	Показатель	Годы					№п.п.	Показатель	Годы						
		2014	2015	2016	2017	2018			2014	2015	2016	2017	2018		
1	Прибыль, тыс.руб.	7,00	6,00	6,00	17,00	8,00	1	Фондоёмкость	0,4167	0,3333	0,2949	0,2875	0,2800		
2	Выручка, тыс.руб.	70,00	72,00	75,00	86,00	80,00	2	Материалоёмкость	0,5833	0,5873	0,4872	0,5000	0,5067		
3	Управленческие затраты, тыс.руб.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3	Среднедневная выработка одним рабочим	12,0	12,6	13,0	13,3	15,0		
4	Коммерческие расходы/затраты, тыс.руб.	7,00	8,00	9,00	10,00	12,00	4	Рентабельность продаж	0,1000	0,0833	0,0800	0,1977	0,1000		
5	Материальные затраты, тыс.руб.	35,00	37,00	38,00	40,00	38,00	5	Рентабельность капитала	0,4667	0,4000	0,4000	2,8333	1,6000		
6	Выпуск продукции, тыс.руб.	60,00	63,00	78,00	80,00	75,00	6	Прибыль(убыток) от продаж, тыс.руб.	63,00	64,00	66,00	76,00	68,00		
7	Стоимость основных средств, тыс.руб.	25,00	21,00	23,00	23,00	21,00	7	Коэффициент абсолютной ликвидности	0,1515	0,1143	0,1250	0,0889	0,1714		
8	Активы, тыс.руб.	48,00	45,00	47,00	48,00	53,00	8	Коэффициент финансовой зависимости	0,6875	0,7778	0,8511	0,9375	0,6604		
9	Земельный капитал, тыс.руб.	3,00	4,00	2,00	2,00	2,00									
10	Денежные средства и их эквиваленты, тыс.руб.	5,00	4,00	5,00	4,00	6,00									
11	Краткосрочная кредиторская задолженность, тыс.руб.	33,00	35,00	40,00	45,00	35,00									
12	Продолжительность рабочего дня, часов	8	8	8	8	8									
13	Количество работников, чел.	5	5	6	6	5									
14	Собственный капитал, тыс.руб.	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00									

Рисунок 1 – Автоматизированная модель анализа малого бизнеса в Microsoft Excel

Анализ проведен по данным ЧТПУП «Байд», основным видом деятельности которого является распиловка и строгание древесины (код ОКЭД – 16100). Предприятие производит пиломатериалы различного сечения и назначения, используемые в строительстве и ремонте. Предприятие работает на рынке малого бизнеса с 17 ноября 2009 года.

После выбора показателей возникает необходимость их расчета. Для расчета мы выбрали 14 базовых показателей деятельности предприятия:

- Прибыль, руб.
- Выручка, руб.
- Управленческие затраты, руб.
- Коммерческие расходы, затраты, руб.
- Материальные затраты, руб.
- Выпуск продукции, руб.
- Стоимость основных средств, руб.

- Активы, руб.
- Заемный капитал, руб.
- Денежные средства и их эквиваленты, руб.
- Краткосрочная кредиторская задолженность, руб.
- Продолжительность рабочего дня, часов
- Количество работников, чел.
- Собственный капитал, руб.

Данные показатели можно взять из финансовой и статистической отчетности компании за анализируемый период.

Для большей наглядности, удобства и упрощения анализа рассчитанных показателей, для того, чтобы любой пользователь мог понять суть расчетов показателей, которые привязаны к нормативным значениям (коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент автономии), установлены следующие условия: если показатель в пределах нормы, расчетные цифры окрашиваются в «зеленый» цвет, приближенные к пороговому значению – «желтый» цвет, за пределами нормы – «красный».

Также существуют показатели, которые не контролируются нормами, поэтому их динамику можно увидеть в автоматически построенных диаграммах, для того, чтобы можно было увидеть динамику данных показателей за последние 5 лет (рисунок 2).

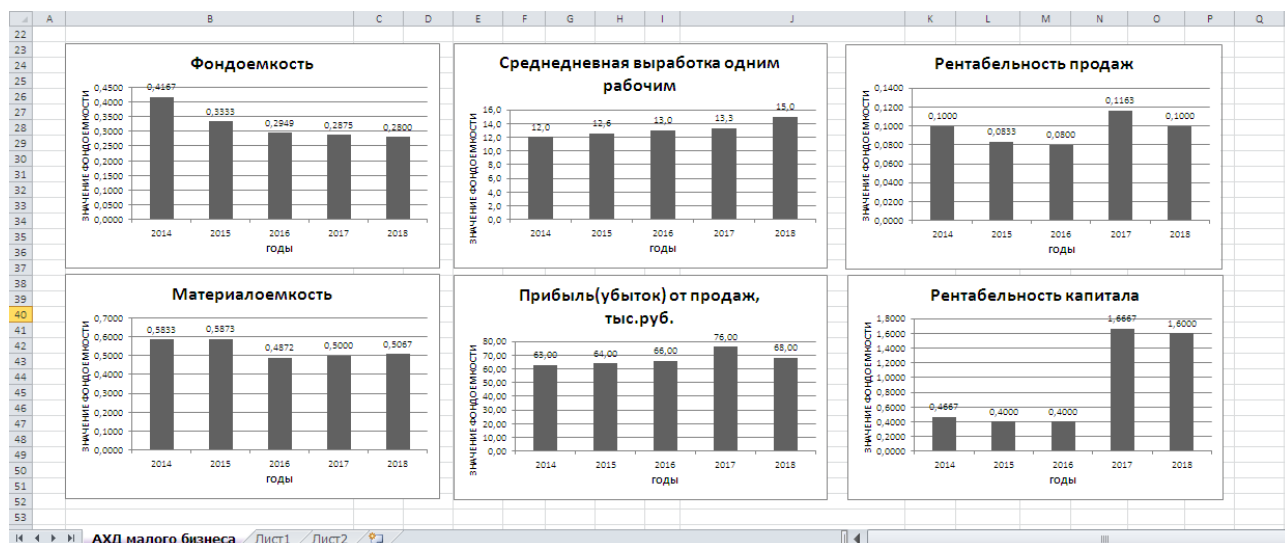


Рисунок 2 – Вид построения диаграмм в Microsoft Excel

Так как каждое предприятие имеет свою специфику деятельности, поэтому каждый собственник должен самостоятельно делать выводы по уже готовым расчетам для того, чтобы принять верные управленческие решения.

Список цитированных источников

1. Методика и особенности экономического анализа малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.ru/1817166/buhgalterskiy_uchet_i_audit/metodika_osobennosti_ekonomicheskogo_analiza_malogo_sredneg_o_biznesa — Дата доступа: 04.04.2019.

2. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2011 г. № 1672 (в ред. от 22 января 2016 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.centrcen.by/upload/1672.pdf> – Дата доступа: 14.04.2019.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ТОЛЛИНГА И ЕГО БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Механизмы толлинга достаточно часто практикуются во всем мире. Толлингом называются взаимоотношения между хозяйствующими субъектами, когда владелец сырья – предприятие-заказчик, называемый толлингер, передает свое сырье для последующей переработки и производства определенного вида продукции предприятию-переработчику (подрядчику). Особенность толлинговой сделки в том, что и сырье, и результат его переработки принадлежат заказчику (толлингеру). Подрядчик занимается только переработкой. Сырье в этом случае называется давальческим, а для заказчика может также употребляться термин – давалец.

Переработка давальческого сырья в Беларуси часто применяется в легкой промышленности, к примеру, ИООО «Лангхайнрих Конфекцион Бел» (г. Кобрин) более пяти лет в формате толлинга выполняет заказы по пошиву высококачественного постельного белья, скатертей, салфеток и других изделий для зарубежных партнеров. Получаемая прибыль позволяет предприятию активно модернизировать производство, поддерживать достойный уровень зарплат, развивать социальную сферу. В Российской Федерации толлинг широко применяется в алюминиевой промышленности, черной металлургии, легкой и пищевой (сахарной) отраслях, сельском хозяйстве (производство комбикормов, переработка молока, яиц и т. д.).

Экономические преимущества и недостатки толлинга для предприятий, представленные в таблице 1, во многом противоречивы [1].

Согласно пункту 4 статьи 98 Налогового кодекса Республики Беларусь, налоговой базой при реализации работ по производству из давальческого сырья является стоимость обработки, переработки или иной трансформации указанного сырья без включения в нее НДС.

Из норм статьи 102 Налогового кодекса Республики Беларусь при выполнении работ по толлингу на территории нашей страны следует применять ставку 20%. Данная ставка, независимо от направления вывоза продукта толлинга, применяется и при переработке товаров, облагаемых по 10%, 0% либо освобожденным от НДС. Однако при экспорте работ по переработке давальческого сырья применяют ставку НДС в размере 0% при наличии соответствующих подтверждающих документов [2].

Отражение на счетах бухгалтерского учета затрат по переработке зависит от того, как изменяется продукт, переданный на переработку. Если в результате переработки получается готовая продукция, то затраты по переработке наряду с иными прямыми расходами, понесенными давальцем, отражаются на счете 20 «Основное производство», а затем списываются на счет 43 «Готовая продукция». В процессе переработки может выполняться только какая-то операция либо какой-то этап в технологическом процессе, и тогда продукт переработки не является готовой продукцией. В таком случае в зависимости от технологического процесса результатом переработки являются полуфабрикат либо материалы. При этом формирование затрат целесообразно осуществлять на отдельном субсчете счета 20 с последующим отражением накопленных сумм в зависимости от продукта, полученного в результате переработки, на счете 10 «Материалы» либо 21 «Полуфабрикаты собственного производства» [3].

Таблица 1 – Преимущества и недостатки толлинга

Преимущества	Недостатки
1. Обеспечение максимальной загрузки производственных мощностей и, как следствие, сохранении производственного и кадрового потенциала предприятия. Кроме того, эффект масштаба производства ведет к снижению величины условно-постоянных затрат на единицу продукции, а значит, к повышению конкурентоспособности собственной продукции	1. Так как основная часть прибыли достается толлингеру, то переработчик не может сформировать свои собственные оборотные средства
2. Защищает юридически право собственности толлингера на сырье при аресте имущества переработчика за долги	2. Не способствует развитию денежных взаиморасчетов между предприятиями при использовании бартерных схем
3. Уменьшает страховые запасы сырья у переработчика, высвобождает часть оборотных средств	3. Способствует уходу от выплат по долгам и налоговым платежам
4. Расширяет рынки сбыта определенных товаров, способствует конкуренции	4. Льготный таможенный режим способствует вывозу капитала за рубеж
5. Минимизация денежных ресурсов для финансирования оборотного капитала. Это приобретает особую актуальность при наличии острой нехватки финансовых средств, значительной дебиторской задолженности и недоступности кредита	5. В долгосрочном плане использование толлинга как основной схемы приводит к изменению целей и стратегии предприятия, снижению конкурентоспособности продукции
6. Существует налоговая экономия	
7. Уменьшает расходы на сбыт продукции, рекламу и поиск рынков сбыта	
8. Позволяет толлингеру устанавливать цены на готовую продукцию, выработанную из его сырья	
9. Возможность освоения новых прогрессивных технологий, передаваемых заказчиком	

Отношения по переработке давальческого сырья в Беларуси регулируются договором подряда, регламент которого установлен в главе 37 «Подряд» Гражданского кодекса Республики Беларусь в статье 667 «Выполнение работ с использованием материала заказчика». Передача сырья в переработку оформляется товарно-транспортной накладной, при этом стоимость сырья указывается давальцем по учетной цене хранения на своем складе и без НДС, поскольку передача сырья в переработку не считается фактом реализации. Переработчик по результату указывает давальцу в акте стоимость работ с НДС и выставляет электронную счет-фактуру по НДС. Но при экспорте работ по переработке давальческого сырья применяют ставку НДС в размере 0%. По договору толлинга может быть согласовано, что сам давальец формирует цену готовой продукции и указывает ее переработчику для отражения в товарно-сопроводительных документах. Неизрасходованные остатки сырья и возвратные отходы передаются давальцу также по товарно-транспортной накладной по ценам поступления от давальца без НДС вместе с отчетом о расходовании сырья с указанием применяемых норм. При производстве из давальческого сырья подакцизной продукции по действующему в Беларуси Налоговому кодексу плательщиком акцизов является переработчик, при этом исчисленную сумму акцизов он предъявляет давальцу [4].

Расчеты за переработку по условиям договора толлинга могут быть предусмотрены разными способами:

- толлингер перечисляет подрядчику деньги за выполненную работу (работа – деньги);
- толлингер оставляет подрядчику в счет оплаты работ изготовленную продукцию (работа – продукция);
- толлингер рассчитывается с переработчиком за работу частью давальческого сырья (работа – сырье).

Кроме того, для случаев длительного процесса переработки больших объемов сырья, может быть применена схема, при которой подрядчик покупает у толлингера сырье для переработки, а толлингер после выполнения работ подрядчиком покупает у него произведенную продукцию (сырье – деньги – продукция – деньги). Но в этом случае сырье переходит в собственность переработчика, и сделка становится обычной куплей-продажей.

Каждая из перечисленных схем толлинговой сделки имеет свои особенности отражения в бухгалтерском учете у давальца и у переработчика.

У толлингера бухгалтерский учет затрат по переработке зависит от того, как изменяется сырье в ходе переработки. Если в результате толлинга получается готовая продукция, то затраты по переработке и все остальные прямые расходы толлингера отражаются на счете 20 «Основное производство», а затем списываются на счет 43 «Готовая продукция». Если после переработки результат еще не является готовой продукцией, тогда он считается полуфабрикатом либо материалом. При этом формирование затрат осуществляется на отдельном субсчете счета 20, а потом относится либо на счет 10 «Материалы» либо 21 «Полуфабрикаты собственного производства». Для учета сырья, переданного переработчику, толлингер использует дебет счета 10 субсчет 7 «Материалы, переданные в переработку на сторону» по стоимости без НДС [5]. Таким образом, хозяйственные операции у давальца будут отражены проводками, представленными в таблице 2.

У переработчика давальческое сырье учитывается на забалансовом счете 003 «Материалы, принятые в переработку» по стоимости, предусмотренной в контракте и указываемой в сопроводительных документах. Затраты по переработке из давальческого сырья накапливаются на счетах учета затрат 20, 23, 25, 26 и др. Аналитический учет ведется в разрезе заказчиков и отдельно от затрат на производство собственной продукции. Получаемая в результате переработки готовая и сопутствующая продукция, а также отходы отражаются за балансом на счете 002 «Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение».

Таблица 2 – Бухгалтерский учет толлинга у предприятия-заказчика

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит
Стоимость сырья, переданного в переработку на сторону	10.7	10.1
Стоимость сырья, израсходованного подрядчиком на продукцию	20	10.7
Стоимость не использованных и возвращенных подрядчиком материалов	10.1	10.7
Расчет за выполненные подрядчиком работы	60	51
Принятие к учету готовой продукции из давальческого сырья	43	20

Рассмотрим пример отражения толлинга у переработчика зерна. Поступило в переработку давальческое зерно – 10000 тыс.руб., при этом расходы на его переработку составили – 800 тыс.руб. Сами услуги по переработке по ценам,

предусмотренным в контракте, составили 1200 тыс. руб., включая НДС – 200 тыс.руб. Из переработки получено отрубей – 500 тыс. руб., крупы – 9400 тыс. руб. Потери зерна при переработке в допустимых пределах составили – 100 тыс. руб. Бухгалтерские проводки для этой ситуации описаны в таблице 3. [6].

Таблица 3 – Бухгалтерский учет толлинга у предприятия-переработчика

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит	Сумма, тыс. руб
Оприходовано зерно по стоимости, указанной в сопроводительных документах	003		10000
Отражены затраты по переработке зерна	20	70, 68, 69, 10	800
Списана стоимость давальческого сырья		003	9400
Получено отрубей	002	003	500
Списаны потери зерна при переработке в пределах, предусмотренных технологическим процессом		003	100
Получено круп из давальческого сырья	002		9400
Отражена реализация выполненных работ	62	90-1	1200
Начислен НДС по выполненным работам	90-2	68	200
Списана фактическая себестоимость реализованных работ	90-4	20	800

Таким образом, толлинг уменьшает расходы на сбыт продукции и рекламу, расширяет рынки сбыта определенных товаров. Однако в долгосрочном плане использование толлинга как основной схемы производства приводит к изменению целей и стратегий предприятия, снижает его конкуренцию. Толлингер получает возможность самостоятельно устанавливать цены на готовую продукцию, полученную в результате переработки сырья.

Давальческое сырье используется в перерабатывающей, легкой, пищевой промышленности, в сельском хозяйстве и других отраслях. В условиях реформирования экономики могут быть использованы такие положительные эффекты толлинга, как полное использование мощностей предприятия, источник поступления дополнительных финансовых средств, повышение качества продукции, рост конкуренции и др. Для эффективного применения толлинга важно правильное ведение учета толлинговых схем, при этом большая роль отводится автоматизации этого участка.

Список цитированных источников

1. Преимущества и недостатки толлинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://director.by/index.php/categoryblog/2962-2011-11-02-08-23-30.html> – Дата доступа: 18.02.2019.
2. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) от 29.12.2009 г. № 71-3 (ред. от 30.12.2018).
3. Дубовская, Т.А. Давальческая сделка: оформляем учетные документы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/davalcheskaya-sdelka-oformlyаем-uchetnye-dokumenty>. – Дата доступа: 01. 03.2019.
4. Сушко, Т.И. Бухгалтерский учет и отчетность в промышленности: учеб. пособие / Т.И. Сушко. – Минск: Вышэйшая школа, 2013. – 527 с.
5. Учет операций по переработке давальческого сырья у заказчика и подрядчика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/uchet-operatsii-po-pererabotke-davalches> – Дата доступа: 18. 10.2018.
6. Беджанова, А.А. Толлинг и особенности его учета в «Галактике ERP» / А.А. Беджанова // Сборник научных работ студентов и магистрантов XII Международного студенческого научного форума «Студенческая научная зима в Бресте-2018». – Брест: Изд-во БрГТУ, 2018. – С. 14-17.

ВОЗМОЖНОСТИ АВТОМАТИЗАЦИИ ТОЛЛИНГА В ERP-СИСТЕМАХ

Целью научно-практического исследования является изучение методики толлинговых взаимоотношений и организации их автоматизированного учета. Поставлена задача сравнить возможности корпоративных ERP-систем, представленных на белорусском рынке программного обеспечения: информационной системы «Галактика ERP», в которой имеется модуль «Давальческое сырье» и учета толлинга в «1С: ERP Управление предприятием 2».

Для того, чтобы толлинг работал эффективно, необходимо правильно построить схему толлинговых операций, при этом большая роль отводится автоматизации этого участка. Следует отметить, что на предприятиях, осуществляющих толлинг, существует проблемы качественной автоматизации учета этих операций.

Для автоматизации толлинга в «Галактике ERP» предназначен отдельный модуль «Давальческое сырье», который позволяет оформить всю последовательность документов, начиная с основания на переработку, а также задать нормы расхода сырья для определенного вида продукции. При этом для требуемого выхода готовой продукции программа автоматически высчитывает необходимое количество сырья по давальческой сделке с учетом норм и потерь производства.

Так при оформлении толлинговых операций **у давальца** «Галактика ERP» предусматривает:

- оформление документов-оснований на прием или отпуск товара на консигнацию;
- формирование накладных на прием и возврат давальческого сырья;
- формирование актов реализации товара, отпущенного в переработку;
- получение ведомости приема/отпуска давальческого сырья в разрезе контрагентов и товаров;
- получение отчетов по реализации и остаткам давальческого сырья (в рублях и в валюте);
- получение отчетов по исполняемым документам-основаниям на прием или отпуск давальческого сырья [1].

Накладная на отпуск сырья автоматически формируется из документа-основания на переработку, в качестве которого выступает договор с переработчиком. Кнопка «Списание на складе» дает возможность мгновенно списать нужное количество материалов. По такому же принципу автоматически заполняется и приходная накладная на возврат готовой продукции от переработчика, где есть возможность изменить количество готовой продукции и ее цену. Если после переработки давальческого сырья остаются неиспользованные материалы, тогда возможно на основе накладной на возврат готовой продукции автоматически заполнить приходную накладную на возврат сырья. Акт о выполненных работах предприятия-переработчика отражается как услуги стороннего контрагента в приходной накладной вместе с поступлением готовой продукции [2].

После возврата готовой продукции и неиспользованного сырья, для расчетов за переработку возможно формирование документов, исходя из выбранной в

настройке схемы расчетов – деньгами или встречными поставками сырья или продукции – платежное поручение либо бартерный договор на продажу.

Основная задача автоматизации бухгалтерского учета давальческого сырья в «Галактика ERP» – это настройка ТХО – типовых проводок для хозяйственных операций модуля «Давальческое сырье», которые должны быть введены в пункте меню «Настройка» – «Настройка ХозОпераций» [3].

Особенностью создания типовой хозяйственной операции (ТХО) в «Галактике ERP» и основной сложностью является обязательное к заполнению поле «Алгоритм в НДЕ». Пример созданной ТХО представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Описание ТХО в модуле «Давальческое сырье»

Наименование ТХО	Дебет	Кредит	Алгоритм в НДЕ
Передача сырья в переработку	10.7	10.1	&SP_

Основной механизм автоматизации бухгалтерского учета давальческого сырья в «Галактике ERP» – это настройка типовых хозяйственных операций (ТХО) для формирования необходимых проводок по первичным документам толлинговой сделки. Особенностью создания ТХО для торгово-закупочных операций в «Галактике ERP» является не совсем простое написание формул расчета сумм проводок в поле «Алгоритм в НДЕ». Например, использование в формуле алгоритма &SP_ позволяет получить учетную стоимость матценности из расходного складского ордера, связанного с накладной на отпуск материалов. В научно-практической работе была проделана настройка всех ТХО для сопроводительных документов толлинга, что может быть использовано при внедрении автоматизации для этого участка учета на основе «Галактики ERP».

Для ведения учета **давальцем** по толлиновым операциям в «1С: ERP» предназначен подраздел «Передача в переработку» в модуле «Производство». Для учета операций переработчика используется подраздел «Прием в переработку» в модуле «Продажи». В данной системе возможны два варианта оформления толлинговых схем производства: с использованием документа «Заказ переработчику» и без его использования. Схема, в которой не используется вышеуказанный документ, обеспечивает оформление только основных действий учета.

В первую очередь является обязательным заполнение «Заказа Давальца» для приемки давальческого сырья. Также допустимым является создание заказов давальцев на основании сделки с клиентом, к которой могут быть привязаны остальные документы, отражающие операции по заказу [4].

Поступление сырья от давальца отражает факт поступления сырья на склад и вводится на основании заказа в статусе «К производству». Неиспользованное сырье возвращается с помощью документа «Возврат сырья давальцу».

Выпуск продукции отражает поступление готовой продукции из производства на склад. Выпуск продукции из давальческого сырья может быть оформлен как по заказу на производство, так и без него. Передача давальцу оформляется после поступления готовой продукции на склад отгрузки и установки значения «Отгрузить» обособленно в поле «Действия» списка продукции заказа давальца. Сам заказ должен быть в статусе «К отгрузке». Передачу можно ввести на основании заказа или в специальном рабочем месте «Передачи давальцам». Отчет давальцу отражает факт оказания услуг по переработке, фиксирует перечень использованных материалов и выпущенную продукцию. Отчет давальцу и передача оформляются независимо после выпуска продукции. Счета на оплату и приходные кассовые ордера регистрируют операции

по взаиморасчетам с давальцем. Состояние взаиморасчетов с давальцем влияют на состояние заказа [5].

В таблицах 2 и 3 приведен сравнительный анализ возможной автоматизации учета толлинговых операций на примере «1С: ERP Управление предприятием 2» и «Галактика ERP 9.1». Из таблиц видно, что в «1С: ERP» более узкая специализация по данному профилю. Основным механизмом автоматизации бухгалтерского учета давальческого сырья в «Галактике ERP» – это настройка типовых хозяйственных операций (ТХО) для формирования необходимых проводок по первичным документам толлинговой сделки. Особенностью создания ТХО для торгово-закупочных операций в «Галактике ERP» является не совсем простое написание формул расчета сумм проводок в поле «Алгоритм в НДЕ». Например, использование в формуле алгоритма &SP_ позволяет получить учетную стоимость матценности из расходного складского ордера, связанного с накладной на отпуск материалов. В научно-практической работе была проделана настройка всех ТХО для сопроводительных документов толлинга, что может быть использовано при внедрении автоматизации для этого участка учета на основе «Галактики ERP». В свою очередь в программе «1С» после проведения того или иного документа формируются типовые проводки, как со стороны давальца, так и со стороны переработчика. Давальческое сырье у переработчика в 1С 8.3 учитывают на забалансовом счете 003.01 «Материалы на складе». У давальца отпущенное в переработку давальческое сырье в 1С 8.3 учитывают по кредиту счета 10.07 «Материалы, переданные в переработку на сторону».

Если говорить о преимуществах и недостатках вышеуказанных программ, то можно сказать о простоте интерфейса и использования программы «1С», данная система позволяет более подробно контролировать весь процесс производства, как у давальца, так и у переработчика. Однако разработка «1С» уступает «Галактике» в гибкости настроек и производительности решений: «Галактика» предназначена для более крупного объема данных. Отличительной чертой «Галактики» является широкая возможность самостоятельно настроить необходимые параметры для работы. В процессе обработки толлинговых отношений в «Галактике-ERP» создаются цепочки взаимосвязанных документов, которые, с одной стороны, дают целостную картину движения материальных потоков, а с другой – обрабатываются финансовыми, производственными и бухгалтерскими модулями и соответственно отражаются в показателях бухгалтерских отчетов. Однако, учитывая, что модуль «Давальческое сырье» расположен в разделе управления логистикой, он предполагает самые простые отчеты по сделке толлинга. То есть система не решает такие вопросы предприятия как автоматизация принятия максимального количества заказов при обращении клиента, т.е. знать на какую дату можно принимать заказ с гарантией его выполнения (по ожидаемому состоянию склада).

Таблица 2 – Учет у давальца

«1С: ERP Управление предприятием 2»	«Галактика ERP 9.1»
Модуль «Производство» - «Передача в переработку»	Модуль «Давальческое сырье»
Заказы переработчикам	Документ основание
Передачи сырья переработчикам	Накладная на отпуск сырья
Отчеты переработчиков	Отчеты переработчиков
Возврат сырья переработчиков	Накладная на возврат сырья
	Накладная на прием готовой продукции
	Нормы выхода

Таблица 3 – Учет у Переработчика

«1С: ERP Управление предприятием 2»	«Галактика ERP 9.1»
Модуль «Продажи» - «Прием в переработку»	Модуль «Управление сбытом»
Заказы давальцев	Документ основание
Поступления сырья от давальца	Приходный складской ордер
Передачи давальцам	Акт выполненных работ
Отчеты давальцам	
Возврат сырья давальцам	Расходный складской ордер

Преимуществом «1С» является возможность отслеживания всех этапов работы с заказчиком: начиная с оформления заказа, заканчивая отгрузкой готового товара. Необходимо сказать, что программа «1С» предоставляет все возможности для правильного учета операций толлинга, однако условием для правильности отражения является строгая последовательность выполняемых действий [6].

Все большее количество промышленных предприятий проявляют интерес к ERP-системам. При использовании давальческого сырья основным направлением автоматизации учета является корректная настройка типовых хозяйственных операций и алгоритмов для расчета сумм проводок, а также строгое следование предложенной в ERP-системе сопроводительного документооборота.

Список цитированных источников

1. Искусство толлинга и шитья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://director.by/index.php/categoryblog/2962-2011-11-02-08-23-30.html> – Дата доступа: 18.02.2019.

2. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) от 29.12.2009 г. № 71-3 (ред. от 30.12.2018).

3. Беджанова, А.А. Толлинг и особенности его учета в «Галактике ERP» / А.А. Беджанова // Сборник научных работ студентов и магистрантов XII Международного студенческого научного форума «Студенческая научная зима в Бресте-2018». – Брест: Изд-во БрГТУ, 2018. – С. 14-17. Дубовская, Т.А. Давальческая сделка: оформляем учетные документы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/-davalcheskaya-sdelka-oformlyaem-uchetnye-dokumenty/> – Дата доступа: 01. 03.2019.

4. Сушко, Т.И. Бухгалтерский учет и отчетность в промышленности: учеб. пособие / Т.И. Сушко. – Мн.: Вышэйшая школа, 2013. – 527 с.

5. Система «Галактика ERP». Давальческое сырье. Руководство пользователя. – М.: Корпорация «Галактика», 2014. – 53 с.

6. Аверина, И.Н. Автоматизация учетных схем толлинга на примере «Галактики ERP» / И.Н. Аверина, А.А. Беджанова // Информационные технологии: состояние и перспективы развития [Текст] : материалы III Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 17 апреля 2019 г.) / отв. за выпуск С. Ю. Шашкин, Т. Ф. Шитова, С. Ф. Молодецкая ; Уральский институт управления – филиал РАН-ХиГС. – Екатеринбург, 2019. – 169 [3] с. – ISBN 978-5-8056-0374-8. – С. 32-40.

УДК 338.47

Беняш В. О.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Медведева Г. Б.

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ГОРОДСКУЮ ЛОГИСТИКУ

Городская логистика (сити-логистика, муниципальная логистика) — комплекс логистических решений, действий, процессов, нацеленных на оптимизацию управленческих решений администрации, потоков материалов, транспортных средств, людей, знаний, энергии, финансов, информации в рамках подсистем города и его инфраструктуры.

В последние годы городская логистика представляется неким «черным ящиком» для исследователей и городских властей, и в результате многие исследования ограничиваются описанием отдельных эффектов либо сводятся к изложению курса планирования логистической системы в городских условиях без учета некоторых ее специфических особенностей, таких, к примеру, как влияния городской транспортной и экологической политики, пространственного развития города; городские власти в свою очередь предпочитают чисто формальное взаимодействие с логистическими компаниями и с ритейлом, вводя разного рода запретительные меры и не отслеживая результаты их внедрения.

Благодаря происходящей индустриальной революции происходят радикальные изменения, а цифровые технологии позволяют внедрять новые методы управления, что приводит к довольно радикальным изменениям городской логистики. Своевременная подготовка к грядущим изменениям позволит как логистическим компаниям правильно распределить имеющиеся ресурсы в модернизацию логистической системы, так и городским властям откорректировать городскую политику в области управления и координации городской логистикой [1].

Новые технологии кардинально меняют логистику города. Рассмотрим три технологии, которые в дальнейшем будут широко использоваться в логистике: технологию беспилотного движения, доставку с помощью дронов, технологию блокчейн.

Технология беспилотного автомобильного движения. Данная технология развивается очень быстрыми темпами. В частности, немецкая почтовая компания Deutsche Post DHL в перспективе сможет наладить доставку посылок при участии автомобилей с автономным управлением. Их разработку компания ведет при участии крупного немецкого производителя автокомпонентов ZF. Заявлено, что в Германии беспилотная доставка Deutsche Post DHL с помощью новых фургонов может появиться уже в следующем году.

Автоматизация и роботизация преследуют несколько взаимосвязанных целей: увеличение производительности, сокращение издержек и повышение качества операций [2].

Ожидается, что с помощью данной технологии экономия топлива составит порядка 10%, количество ДТП снизится в целом на 90%, повысится безопасность доставки, отпадет необходимость в простом транспортных средств, связанных с необходимостью соблюдения режима труда и отдыха водителей(статья). Согласно стратегии ЕС по внедрению Интеллектуальной транспортной системы, к 2019 году должна быть создана регуляторная база для дальнейшего развития беспилотных технологий.

Однако это не означает, что в 2019 году начнется массовое внедрение беспилотных автомобилей в УДС. Ожидается, что в 2022 году начнется массовая продажа беспилотных индивидуальных автомобилей с высокой степенью автономности [1].

Развитие доставки с помощью дронов. Наблюдается стремительное развитие технологии последней мили с помощью беспилотных летательных аппаратов. Компания Amazon, крупнейший Интернет-ритейлер, в декабре 2013 анонсировала свой самый быстрый способ доставки покупок – Amazon Prime Air. При помощи данного сервиса покупки, сделанные в Интернет-магазине Amazon, будут доставляться клиентам в течение 30 минут, что в 4 раза быстрее, чем действующий самый быстрый способ доставки Amazon Prime Now. Столь существенно ускорения планируется добиться за счет использования дронов.

Предполагается, что работать все будет довольно просто. Покупатель делает онлайн-заказ и указывает Prime Air как способ доставки. В логистическом центре компании товар, выбранный клиентом, загружается на беспилотный летательный аппарат. Затем беспилотный летательный аппарат летит по указанному адресу, приземляется, проводит выгрузку товара и улетает. После этого клиент забирает с земли упаковку с товаром. DHL — одна из крупнейших логистических компаний мира — проявляет устойчивый интерес к использованию БПЛА для доставки грузов.

Первые летные испытания компания провела в 2013 году в городе Бонн, Германия. В ходе эксперимента беспилотный летательный аппарат, который в компании называют «Parcelcopter», в течение недели перевозил посылки через реку Рейн. Выглядело это так: на одном берегу располагалось место старта, где к дрону прикреплялся груз и находился оператор, управляющий полетом.

Французские Geodis и Delta Drone разработали полностью автоматизированное решение для инвентаризации склада с использованием беспилотных летательных аппаратов – без прерывания операций и без участия людей. Основные компоненты системы – наземный робот на батарее, обеспечивающий навигацию, и беспилотный летательный аппарат, оснащенный четырьмя камерами высокого разрешения. Этот тандем работает в автономном режиме с использованием технологии геолокации в те часы, когда склад закрыт.

Система обеспечивает подсчет, передачу и обработку данных в режиме реального времени и занесение их в информационную систему склада. Испытания показали, что система позволяет проводить инвентаризацию с точностью, приближающейся к 100%.

Главным преимуществом, по информации разработчиков, является то, что инвентаризация проводится в нерабочее время, что повышает эффективность операций и уровень безопасности, а также качество самой инвентаризации. При этом решение не требует предварительной подготовки склада и совместимо со всеми системами управления складом (Warehouse Management System).

В феврале 2017 почтовый гигант UPS объявил о полевых испытаниях почтового фургона и по совместительству аэродрома для дронов. Концепция использования машины такая же, как и в проекте Matternet и Mercedes-Benz. Фургон с посылками подъезжает к поселку, а затем беспилотные летательные аппараты разносят посылки по домам. Считается, что подобный подход может ускорить обслуживание клиентов и облегчить труд водителя фургона. [3]

Ожидается, что такого рода доставка поможет компаниям сэкономить десятки миллионов долларов за счет минимизации стоимости доставки до конечного клиента: экономия на заработной плате водителям, сниженный расход топлива, в том числе за счет возможности использования более короткого пути до клиента.

При этом, конечно, необходимо будет существенно изменить существующую систему доставки, определить места доставки и оснастить их соответствующим образом. Необходимо будет разрабатывать особые правила движения беспилотных летательных аппаратов и вносить соответствующие изменения в правила организации воздушного движения, уделяя внимание синхронизации данных правил с международными.

В качестве примера разработки регуляторных норм можно привести новый закон по использованию дронов в Великобритании, который включает в себя ограничения на высотность полета беспилотных летательных аппаратов (на полетность высотностью более 120 метров вводится запрет), запрет на поле-

ты на расстоянии меньше 1 километра от аэродрома, требования к регистрации дронов массой более 250 граммов – в противном случае назначается штраф в размере 1000 фунтов, и необходимость прохождения пилотами дронов онлайн-теста [1].

Технология Блокчейн. Blockchain – это способ хранения информации, в котором данные записываются в блоки в распределительном реестре. Технология включает механизм защиты данных, который позволяет сделать данные прозрачными для участников цепи поставок, создавая при этом для них единый надежный источник информации.

Кроме того, Блокчейн делает процессы более автоматизированными и безошибочными, что позволяет снизить издержки. За счет того, что технология позволяет полностью контролировать процесс, она способствует ускорению продвижения физического потока товаров. Также блокчейн открывает возможности внедрения новых технологий, что способствует улучшению логистического обслуживания.

Внедрение Blockchain в логистику города обеспечит сохранность данных, защиту репозитория документов от взлома, устранил возможность внесения изменения информации о ходе перевозки. Такая система определенно может сократить задержки доставки и уменьшить вероятность мошенничества, сохраняя миллиарды долларов всем участникам цепи перевозок [4].

Таким образом, новые технологии оказывают положительное влияние на логистику города. Благодаря таким технологиям, как блокчейн, беспилотному автомобильному движению и беспилотным летательным аппаратам, участники логистической цепи города способны минимизировать затраты и сократить время доставки продукции. Технологии способствуют защите информации и быстрому прохождению материальных и сопутствующих потоков.

Список цитированных источников

1. Роженко, М.К. Городская логистика: тренды и вызовы // Статья – Москва, 2018.
2. Диспетчерский интернет-сервис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://perevozka24.ru/pages/kak-bespilotnye-gruzoviki-povliyayut-na-logistiku-i-gruzoperevozki>. – Дата доступа: 18.05.2019.
3. Интернет-портал Harb [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/402475/>. – Дата доступа: 17.05.2019.
4. Интернет-портал VC [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/flood/33337-blockchain-tehnologii-platforma-dlya-logistiki-i-transportnyh-uslug>. Дата доступа: 18.05.2019.

УДК 346.26

Богута А. С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Потапова Н. В.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДИРЕКТ-КОСТИНГА ПРИ УПРАВЛЕНЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

Каждое предприятие старается выстроить все процессы своей деятельности таким образом, чтобы получить максимальный доход от своей деятельности. Чтобы оставаться конкурентоспособным, предприятию нужно эффективно управлять имеющимися ресурсами. Пожалуй, главную роль в этом играет контроль над издержками, понимание объема и структуры затрат дает свобо-

ду для принятия управленческих решений под влиянием изменений внешней и внутренней среды.

В настоящее время система директ-костинга широко распространена во всех развитых экономиках, таких как Германия, США, Япония, Канада, Великобритания и другие.

В современном финансовом менеджменте рассматривается несколько методик управления издержками, одна из них — «директ-костинг». Этот метод давно известен на западе и быстро приобретает популярность и среди российских управленцев. Однако зачастую руководители предприятий не в полной мере понимают, какой мощный аналитический инструмент они приобретают, внедряя директ-костинг в систему управленческого учета.

Основная цель применения директ-костинга — «очистить» себестоимость от постоянных затрат, уменьшив ее и определив таким образом маржинальный доход [1].

Суть системы «директ-костинг» заключается в том, что прямые издержки обобщают по видам готовых изделий, косвенные же собирают на отдельном счете и относят на общие финансовые результаты того отчетного периода, в котором они возникли. При этом подразумевается, что прямые издержки — это переменные издержки, а косвенные издержки — это постоянные издержки.

Директ-костинг чрезвычайно полезен для принятия краткосрочных решений, но практически непригоден для долгосрочных управленческих решений, поскольку не включает все затраты, которые могут иметь значение.

Самое главное преимущество директ-костинга как управленческой системы — ее высокая эффективность в принятии оперативных решений.

Калькуляция себестоимости только по прямым затратам, то есть неполная себестоимость, имеет большое значение в качестве инструмента анализа. Приведем несколько ситуаций, которые предполагают использование прямых затрат в качестве вводных данных для модели принятия решений [2].

1. Инвестирование в автоматизацию. Распространенным сценарием для компании является инвестирование в автоматизированное производственное оборудование, чтобы уменьшить затраты на оплату труда работников. Ключевой информацией для анализа будут затраты на оплату труда сотрудников, которые будут уволены, а также затраты, которые будут понесены в рамках покупки оборудования, амортизации оборудования и затраты на техническое обслуживание. Сравнивая эти 2 величины, можно сделать вывод, выгодна ли организации автоматизация.

2. Анализ переменных затрат план-факт. Прямые затраты очень полезны для управления переменными затратами, поскольку можно создать отчет анализа отклонений, который сравнивает фактические переменные затраты с тем, какими должны быть переменные затраты на единицу.

3. Оценка рентабельности клиентов. Некоторые клиенты требуют много поддержки, но и заказывают большие объемы продукции, таким образом приносят выручку. Если возникают такие ресурсоемкие ситуации, имеет смысл периодически подсчитывать, сколько денег компания реально зарабатывает с каждого клиента. Этот анализ может показать, что компании будет лучше прекратить сотрудничество, даже если это приведет к заметному снижению доходов.

4. Анализ безубыточности (CVP-analysis) или маржинальный анализ. Неполная калькуляция себестоимости полезна для построения графиков изменений уровней прибыли при изменении объемов продаж. Относительно просто создать таблицу прямых затрат, в которой соотносятся объем производ-

ства и понесенные прямые затраты, чтобы руководство могло оценить размер прибыли при каждом объеме производства.

5. Целесообразность аутсорсинга. Директ-костинг часто используется для принятия решения о целесообразности самостоятельного производства или же поручить это дело сторонней организации. Для корректного анализа важно определить, сколько сотрудников и какие машины будут фактически ликвидированы; во многих случаях эти ресурсы просто перемещаются в другое место внутри компании, поэтому организация не увеличивает прибыль за счет перемещения производства к подрядчику.

С помощью директ-костинга обосновываются важные управленческие решения, в том числе по оптимизации производственной программы, о целесообразности принятия к исполнению дополнительного заказа, о приобретении или замене оборудования, производстве полуфабрикатов или заказе их на стороне, выпуске побочной продукции, по вопросам ценовой политики и др. [3].

Однако, помимо широких возможностей для анализа, которые предоставляет директ-костинг, существует и ряд проблем: в реальной жизни хозяйствующего субъекта идеальных условий не бывает. Поэтому во внимание принимается ряд допущений, которые могут повлиять на результаты анализа с помощью директ-костинга.

Во-первых, деление затрат на переменные и постоянные всегда носит условный характер, при существенном повышении объемов производства может потребоваться расширение производственных мощностей, что приведет к ступенчатому росту постоянных расходов. И, наоборот, при сокращении объемов производства можно продать или сдать в аренду освобождающиеся площади, оборудование и т. д. и тем самым уменьшить постоянные расходы или компенсировать их дополнительными доходами.

Кроме того, в длительном периоде все затраты склонны к увеличению, поэтому результаты анализа по системе «директ-костинг» целесообразно использовать только для краткосрочного планирования. То же самое касается и цен — их колебания особенно существенны именно в долгосрочном периоде. Поэтому директ-костинг применяется лишь в отношении решений, связанных с колебанием объемов производства и продаж в заданных пределах (исходя из имеющихся производственных мощностей и соответствующего им уровня постоянных расходов).

Директ-костинг не учитывает диверсификацию производства за счет разработки и внедрения новых видов продукции, работ, услуг, существенно отличающихся от выпускаемых в настоящий момент, ведь эти решения тоже являются не краткосрочными, а более глобальными, и потому требуют применения специфических методов анализа и оценки. Как правило, при в маргинальном анализе предполагается, что вся произведенная продукция сразу будет продана, то есть остатки нереализованной продукции предполагаются равными нулю или, по крайней мере, несущественными для анализа. На практике же это может быть не так, и тогда необходимо учитывать дополнительные затраты, связанные с хранением нереализованных запасов, их потерями, и ряд других факторов, требующих применения дополнительных методов и подходов в анализе и оценке ситуации.

Ну и наконец, пожалуй, самое главное ограничение, которое почти никогда не выполняется в реальной жизни, — это то, что «в природе» поведение ручки и переменных затрат на практике не может быть описано линейной функцией, вследствие чего вполне возможно наличие не одной, а нескольких точек безубыточности.

Серьезное затруднение, которое может возникнуть при применении этой системы, связано с неоднозначностью дифференциации расходов. Постоянные в одних случаях, в других расходы могут оказаться в положении переменных. Соответствующих положений, которые бы однозначно декларировали такое разделение, на предприятиях обычно нет. Расходы относят к постоянным или переменным на основании ряда допущений, которые могут оказаться и ошибочными. Поэтому следует периодически пересматривать принципы разделения затрат, а также вычислять маржинальную прибыль (по отдельным видам производства и в целом по организации).

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что для текущего управления финансовым результатом, в том числе ценовой и ассортиментной политикой в краткосрочном периоде, методика директ-костинг в управленческом учете подходит очень многим фирмам. [4].

Использование маржинального анализа в практике российских предприятий весьма актуально, так он предлагает широкие возможности получения информации для принятия управленческих решений. Использование данной методики в финансовом менеджменте даст возможность более эффективно управлять процессом формирования финансовых результатов. Все больше и больше коммерческих организаций выбирает для своего управленческого учета метод директ-костинга.

Список цитированных источников

1. Пуминова, П.И. Возможности применения директ-костинга при управленческом анализе / П.И. Пуминова, В. О. Быховский // Молодой ученый. — 2018. — №35. — С. 40-42. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/221/52499/>
2. Гульпенко, К.В. Актуальные проблемы калькулирования в отраслях экономики: учебн. пособие / К.В. Гульпенко, Н.В. Тумашик. — М.: Проспект, 2017. — 240 с.
3. Вахрушина, М.А. Бухгалтерский управленческий учет. — М.: Омега — Л, 2007. — 576 с.
4. Аминева, С.А. Влияние методик калькулирования на формирование себестоимости готовой продукции // Молодой ученый. — 2017. — № 13. — С. 234–236. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/147/41148/>

УДК 346.26

Богута А. С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Потапова Н. В.

ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Цель данной работы – выявить наиболее эффективный метод управления затратами для достижения определенных экономических результатов.

Как известно, цена товара определяется затратами на его производство. От затрат зависит будущая прибыль предприятия. Чем выше прибыль, тем больше средств направляется на расширение, техническое перевооружение производства, разработку и внедрение новых видов продукции. Следовательно, важнейшим условием развития и расширения предприятий является умелое управление затратами на производство продукции.

Управление затратами – это воздействие на них с целью улучшения результатов деятельности предприятия, достижения высокого экономического результата. Оно распространяется на все элементы управления [1].

На основании анализа действующих методов управления затратами на предприятии выявлены положительные и отрицательные стороны каждого из них. Выполнен общий обзор по каждому методу, выявлены сферы применения каждого из них.

Кост-килинг – максимально быстрое снижение себестоимости без нанесения вреда развитию предприятия.

Метод Just-in-time («точно в срок») – формирование себестоимости с учетом отклонения от нормативов, в том числе временных.

Система управления затратами на основе точки безубыточности. Точка безубыточности (критическая, «мертвая» точка) показывает объем производства (продаж), при котором выручка от реализации полностью покрывает расходы. В ней происходит разделение зон прибыльности и убыточности.

Знание постоянных (условно-постоянных) и переменных (условно-переменных) затрат, а также цены товара (работы, услуги) позволяет рассчитать в натуральном выражении объем производства (выполнения работ, оказания услуг), обеспечивающий безубыточную работу предприятия.

ABC- Метод («Функциональная система распределения затрат» или «Анализ затрат по видам деятельности») – формирование накладных затрат и распределение их в соответствии с определенными критериями (базами распределения). ABC-метод включает в себя ряд этапов:

1. Определяются затраты на производство (реализацию) продукции предприятия.

2. Стоимость ресурсов переносится на стоимость процессов (операций) пропорционально драйверам ресурсов.

3. На заключительном этапе стоимость основных процессов (операций) переносится на соответствующие объекты затрат в соответствии с драйвером процессов (операций).

Метод LCC-анализ – суть его состоит в том, что затраты определяют применительно не к деятельности предприятия за ряд периодов, а на производство и продажу конкретного продукта в течение всего его жизненного цикла и в дальнейшем сопоставляют с соответствующими доходами. Плановые затраты определяются по каждой стадии жизненного цикла продукта (без разделения на периоды или с разделением по ним). Для выявления результатов разработки и вывода нового продукта на рынок затраты по этапам жизненного цикла аккумулируются нарастающим итогом.

Метод VCC – Рассматривает цепочку потребительской стоимости, в частности, предусматривает анализ затрат, находящихся вне сферы прямого воздействия предприятия. Применяется в стратегическом управлении затратами.

Бенчмаркинг затрат – предполагает сравнение состояния управления затратами на предприятии с предприятиями-лидерами для дальнейшего принятия решений в области управления затратами

Метод EVA – формирование себестоимости с учетом вклада отдельных подразделений и групп работников предприятия.

Метод TCC – формирование себестоимости с учетом ресурсного потенциала предприятия.

Метод «управлением по функциям» (Activity-Based Management) – управление, нацеленное на поиск и устранение «узких мест» деятельности, повышение производительности выполнения операций в организации

Метод «центров ответственности» – расчет себестоимости на основании деления производственного процесса на центры ответственности (центры затрат).

Калькулирование в системе поглощённых затрат имеет определённые преимущества: доступность учётных данных, простота применения и меньшие трудозатраты.

Метод «канбан» – формирование себестоимости с учетом рациональной организации производства и эффективного управления персоналом.

Сравнение и положительные (отрицательные) стороны представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Положительные и отрицательные стороны методов

Метод	Положительные стороны	Отрицательные стороны
Кост-килинг	Быстрая реакция на изменения рыночной ситуации	Узкая сфера применения
Just-in-time	Учет фактора времени при формировании себестоимости и прибыли предприятия	Сложность в применении на ряде предприятий и высокие требования к организации производственного процесса
ABC- Метод	Значительное повышение обоснованности отнесения накладных расходов на конкретный продукт, более точное калькулирование себестоимости	Требует значительных изменений в системе бухгалтерского учета и совершенствования систем информационной поддержки
Метод LCC-анализ	Позволяет определить затраты, которые были понесены при производстве конкретного вида продукции, позволяет более адекватно и обоснованно отразить затраты предприятия на производство нового вида продукции	Требует обеспечения точности информации, страдает неопределенностью в учете накладных затрат, может потребовать затрат на получение обширной дополнительной информации
Метод VCC	Позволяет представить величину затрат предприятия в свете создания новой стоимости, оценить целесообразность процессов, ведущих к формированию затрат, максимально полно привязать затраты предприятия к ожидаемым доходам	Требует создания соответствующего информационного обеспечения, постоянной оптимизации затрат в рамках оперативного управления деятельностью предприятия и участия квалифицированных специалистов
Бенчмаркинг затрат	Позволяет получить комплексную оценку управления затратами на предприятии в сравнении с эталонным предприятием, которая является серьезной предпосылкой постепенного улучшения управления затратами на основе опыта и технологий других предприятий	Неверный выбор предприятия-эталона снижает эффективность метода. Требует системности и целенаправленности в применении опыта других предприятий
Метод EVA	Позволяет учитывать вклад отдельных подразделений и групп работников в формирование как себестоимости, так и прибыли субъекта хозяйствования	Ошибки в учете вклада подразделений и групп работников в окончательный финансовый результат деятельности предприятия
Метод ТОС	Учитывает управление ресурсами при формировании себестоимости и прибыли	Необходимость привлечения больших объемов дополнительной информации
Директ-костинг	Максимальный охват затрат предприятия	Сложность в делении производственного процесса на центры ответственности

Исходя из сказанного выше, мы поняли, что характеристика методов управления затратами показала значительное их количество и большие отличия одних методов от других, что усложняет их выбор современными предприятиями.

По сфере применения можно поделить:

- для любых предприятий (стандарт-кост, директ-костинг, кайзен-костинг);
- для определенных предприятий, находящихся в специфической финансово-хозяйственной ситуации (кост-килинг, бенчмаркинг затрат, LCC-анализ и т. д.).

Исходя из используемой информации:

- стандартная информация (стандарт-кост, директ-костинг, абзорпшин-костинг);
- дополнительная информация (бенчмаркинг затрат, LCC-анализ, метод ТОС).

По учету вклада персонала:

- без учета такого вклада (метод VCC, CVP-анализ, ABC-анализ);
- с учетом такого вклада (канбан, just-intime («точно в срок»), метод EVA) [2].

Рассмотрев основные методы управления затратами, можно сделать вывод, что в них по-разному организовано управление затратами. Каждый метод обладает своими определенными преимуществами и недостатками.

Поэтому вполне целесообразно использование смешанных методов, объединяющих в себе несколько методов управления затратами.

Список цитированных источников

1. Наугольнова, И.А. Методологические основы управления затратами на промышленных предприятиях// Монография - Самара, 2018.
2. Юридический справочник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allzakon.ru>. – Дата доступа: 15.05.2019.

Удк 338.2:347.73

Борисюк А. С., Величко А. Н.

Научный руководитель: старший преподаватель Прилуцкая Н. А.

ОСНОВАНИЯ ПРИЗНАНИЯ НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ СДЕЛОК В ПРОЦЕДУРЕ БАНКРОТСТВА

Неотъемлемой частью рыночной экономики является институт несостоятельности и банкротства.

Банкротство – состояние неплатежеспособности, отсутствие возможности у должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязательства по уплате обязательных платежей, установленное судом.

Для такого предприятия возможно проведение восстановительных или ликвидационных процедур под контролем экономического суда. Для осуществления этой деятельности суд назначает антикризисного управляющего, основная цель которого заключается в справедливом и пропорциональном распределении конкурсной массы среди добросовестных кредиторов.

Макроэкономические цели института банкротства связаны с обеспечением экономической безопасности государства: возможность быстро и в высокой

степени получить добросовестным кредиторам удовлетворение своих требований в банкротных процедурах, является показателем эффективного гражданского оборота, качества институтов и благоприятного инвестиционного климата страны [1].

Согласно статистике дел о банкротстве, доля предприятий, обеспеченных имуществом, невысока и снизилась в 2018 г. Так, 2017 г. в производстве экономических судов находилось 2 048 дел, из них 496 с имуществом (25 %); в 2018 г. из 2 008 дел о банкротстве 392 с имуществом (20 %) [2]. Процент удовлетворения требований кредиторов как экономический показатель эффективности института банкротства находится в Республике Беларусь на низком уровне. По оценкам специалистов, только в 5 % случаев контрагенты банкротства получают хотя бы частичное удовлетворение своих требований [3].

Внутренней (на уровне предприятия) причиной этого, является, по мнению авторов, с одной стороны, вывод должниками своих активов перед банкротством, а с другой стороны – невысокий результат деятельности управляющих по формированию конкурсной массы. Конкурсная масса формируется следующими путями: поиск имущества должника, взыскание дебиторской задолженности, оспаривание сделок должника.

Последнее – признание сделок должника недействительными – как предмет научных исследований только начинает актуализироваться.

Сделки должника могут быть оспорены как по общим основаниям (в соответствии со ст. 169-184 Гражданского Кодекса Республики Беларусь), так и по специальным (в соответствии со ст. 109 «Недействительность сделок должника», ст. 110 «Признание недействительным договора дарения и недействительность сделок, которые противоречат интересам государства», ст. 114 «Признание договора о залоге недействительным» Закона о банкротстве) [4]. Общими основаниями являются мнимость сделки, притворность сделки и несоответствие законодательству. Специальными основаниями являются: сделки, при которых происходит удовлетворение требований одних кредиторов в ущерб другим (сделки с предпочтением); сделки, совершенные в отсутствии равнозначного встречного исполнения (подозрительные); сделки, которые приводят к причинению вреда кредиторам. Таким образом, особая правовая регламентация банкротства допускает ситуацию, при которой сделки, признаваемые действительными по общим основаниям, могут быть признаны недействительными по Закону о банкротстве.

Рассмотрим основные экономико-правовые характеристики недействительных по специальным основаниям сделок.

1. Субъектами сделок являются как юридические лица, так и физические – участники обществ, индивидуальные предприниматели, аффилированные лица.

2. Особыми (по сравнению с общегражданским законодательством) пороками сделок являются:

- предпочтительность – сделки повлекли предпочтительное удовлетворение имущественных требований одних кредиторов перед другими кредиторами, возникших до совершения этих сделок (ст. 109). То есть, установленный законодательством порядок расчетов между контрагентами нарушен;

- неравноценность встречных обязательств. Главный признак таких сделок – занижение (завышение) рыночной стоимости полученного встречного исполнения, определенной с учетом условий и обстоятельств такого встречного исполнения (ст. 110);

- причинение вреда кредиторам. Вывод о наличии вреда делается судом на основании анализа результатов сделки – произошло уменьшение имущества должника или увеличение имущественных требований, что привело к полной или частичной утрате кредиторами возможности получить удовлетворение своих требований по обязательствам должника за счет его имущества. При этом само содержание сделки должно указывать на наличие умысла должника ограничить возможность удовлетворения требований кредиторов

3. Временные основания – законодательно установленный период заключения сделок до момента возбуждения дела о банкротстве, в течение которого анализируемая сделка имеет потенциал признания ее недействительной.

В зависимости от длительности периода совершения сделок (шесть месяцев, один или три года до начала производства по делу о банкротстве или после его возбуждения) разграничиваются три вида оспоримых сделок, которые признаются недействительными судом при наличии определенных в ст. 109 «Недействительность сделок должника» условий:

6 месяцев – для сделок с предпочтительностью;

1 год – если этими сделками должник умышленно нанес вред интересам кредиторов, а другие стороны сделок знали или должны были знать об этом. Также, ч. 4 ст. 109 Закона о банкротстве презюмируется умысел должника, если сделка была совершена после того, как должник узнал или по обстоятельствам дела должен был узнать о намерении кредитора подать заявление кредитора;

3 года – если причиной неплатежеспособности должника является совершение его должностными лицами уголовно наказуемого деяния, по которому имеется вступивший в силу приговор суда. При этом другие стороны сделок знали об этом или если должник путем совершения таких сделок умышленно нанес вред интересам кредиторов, а другие стороны сделок были заинтересованными в отношении должника лицами, знающими об умышленном нанесении вреда интересам кредиторов должником.

Для статьи 110 «Признание недействительным договора дарения и недействительность сделок, которые противоречат интересам государства» в зависимости от длительности периода совершения сделок (6 месяцев, 1 год или 3 года до начала производства по делу о банкротстве или после его возбуждения) разграничиваются три вида оспоримых сделок, которые признаются недействительными судом при наличии определенных Законом о банкротстве условий:

- 6 месяцев – при наличии прямой или косвенной связи между совершением сделки и наступлением неплатежеспособности должника или ее увеличением. Эта ситуация подлежит доказыванию при помощи инструментов экономического анализа;

- 1 год – контрагент по сделке являлся заинтересованным в отношении должника лицом;

- 3 года до начала производства по делу о банкротстве: на контрагенте и (или) должнике лежит бремя доказывания того, что у должника после совершения сделки оставалось имущество, которое соответствовало размерам его долгов и на которое можно было бы обратить взыскание.

4. Основания для оспаривания сделки делятся на

- требующие доказательств;

- не требующие доказательств.

Речь идёт в первом случае об оспоримых, а во втором – о ничтожных сделках. Ничтожные сделки нарушают либо прямой запрет законодателя, либо императивное требование. Так, если при заключении крупных сделок и сделок, в которых имеется заинтересованность управляющего или аффилированных лиц, не соблюдаются требования законодательства, то имеются основания для установления факта ничтожности сделок.

5. Полномочия на подачу иска о признании сделки недействительной в соответствии со статьями 109 и 110 Закона о банкротстве есть только у антикризисного управляющего, а в соответствии со статьей 77 это является его обязанностью.

6. Последствия признания сделок недействительными – стороны возвращают друг другу все, полученное по сделке.

7. Профессионализм и экономическая компетентность антикризисного управляющего являются необходимыми предпосылками признания сделок должника недействительными. Это обусловлено тем, что большая часть доказательной базы строится на результатах финансового анализа и анализа сделок. Именно финансовый анализ содержит информацию о том, насколько были исполнимы обязательства должника в момент их получения, куда должник расходовал денежные средства, насколько должник принимал меры к реальному исполнению обязательств, каков размер вреда, причинённого кредиторам.

Одной из актуальных и не имеющих однозначного решения проблем для стабильности гражданского оборота в связи с возможной неправомерной деятельностью должника по выводу активов в преддверии банкротства является защита его добросовестных контрагентов, для которых, в результате признания судом сделок с должником недействительными, наступают соответствующие последствия.

Противоречие между интересами добросовестных кредиторов, желающих оспорить все сомнительные сделки должника, и интересами контрагентов должника (если им удастся доказать свою добросовестную неосведомленность относительно финансового состояния должника на момент заключения сделки) по оспариваемой сделке будет разрешаться, на наш взгляд, по мере развития правоприменительной практики.

Этому способствуют следующие тенденции:

1. Растущая активность и профессионализм кредиторов и лиц, представляющих их интересы;
2. Рост профессионализма антикризисных управляющих, обмен эффективными практиками;
3. Открытость реестров и обязательность для опубликования некоторых видов информации о платежеспособности субъектов хозяйствования;
4. Нарабатывание опыта и рост профессионализма работников судебной и правоохранительной системы;
5. Развитие международного законодательства в направлении раскрытия информации о конечных бенефициарах по сделкам.

Все это делает в обозримом будущем функционирование экономической системы более прозрачной, а осуществление противоправной деятельности недобросовестными субъектами хозяйствования все более затруднительной. Это повысит качество института банкротства и улучшит инвестиционный климат.

Список цитированных источников

1. Прилуцкая, Н.А. Проблемные аспекты функционирования института несостоятельности и банкротства в Республике Беларусь // Управление и экономическая безопасность: страна, регион, предприятие: материалы VIII Республиканской научно-практической конференции, Ростов, 1 декабря 2018 г. / Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), 2018. – С. 289-293.
2. Бюллетень по делам об экономической несостоятельности банкротстве в 2017-2018 годах [Электронный ресурс] / Министерство экономики Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://economy.gov.by/ru/statistica-ru>. – Дата доступа: 29.04.2019.
3. Советы кредитору по взысканию задолженности в процедуре банкротства [Электронный ресурс] / Ликвидация и банкротство предприятий в Беларуси. – Режим доступа: <http://pinchuk.by/sovety-kreditoru-po-vzyskaniyu-zadolzhennosti-v-protsedure-bankrotstva>. – Дата доступа: 29.04.2019.
4. Об экономической несостоятельности (банкротстве) [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 13.07.2012, № 415-3 / Нац. Правовой Интернет-портал Респ. Беларусь / Нац. Центр правовой информации Респ. Беларусь. – Минск, 2014. – Режим доступа: www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11200415. – Дата доступа: 28.04.2019.

УДК 338.2

Брич Ю. Н., Рыжук К. Б.

Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е. О.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ КОМИССИОНИРОВАНИЯ НА СКЛАДЕ

Комплектация заказов – один из самых трудоемких процессов в складской технологической системе, заключающейся в подборе товаров, а также упаковке для последующей доставки потребителю.

Для современного складского комплекса одной из основных задач является эффективная организация процесса технологического развития. Использование традиционной (не автоматизированной) технологии, как правило, приводит к ошибкам, обусловленным человеческим фактором, к значительному увеличению времени сборки заказа, что ведет к удорожанию его стоимости и потере репутации. Данные нюансы легко пересчитываются в стоимостной эквивалент и являются прямыми или косвенными убытками предприятия (стоимость одной ошибки оценивается примерно в \$100). Так же процесс комплектации заказов является одним из трудоемких и дорогостоящих на складе.

Основная проблема в том, что до сих пор белорусские предприятия воспринимают его только лишь как место хранения, и почти никто – как производство. А между тем склад – это именно производственный участок, где осуществляется комплектация и ряд других важных процессов, требующих автоматизации.

Итак, для того чтобы понять значимость комплектации, давайте рассмотрим организацию данного процесса изнутри при отсутствии внедрения различных систем автоматизации (рисунок 1).

Белорусские предприятия применяют наиболее распространенный способ управления комплектации заказов «Подборка по сборочному листу» (Picking list), при котором комплектовщик перемещается по складу со сборочным листом с наименованием отбираемого в заказ товара необходимого количества.



Рисунок 1 – Распределение времени комплектовщика в течение рабочего дня, %

Исходя из результатов графика, можно сделать вывод, что данный способ характеризуется продолжительным временем комплектации товара (30% рабочего дня). Помимо этого, точность подборки во многом определяется внимательностью комплектовщика. При увеличении наименований в заказе количество ошибок возрастает. Все это указывает на его неэффективность, тем более в современном инновационном мире.

Рассмотрим некоторые автоматизированные методы комплектации товаров на складе, которые могут помочь в решении тех проблем, которые появляются вследствие использования метода со сборочными листами. При выборе данных инновационных методов важно учитывать размер склада, количество товаров для хранения, количество сотрудников склада, оборудование склада. Ведь автоматизация склада требует тщательно продуманного подхода и оценки необходимых изменений.

Как мы уже говорили, практически половина времени рабочего дня комплектовщика уходит на перемещения между местами сборки. Начальное решение проблемы – расположение товара по складу, в соответствии с объемами и частотой заказа.

Данную задачу о размещении товара по зонам занимается ABC-анализ, который является подготовительным этапом процесса автоматизации комплектации заказов. Товары категории А размещаются ближе к зоне отгрузки, товары категории В – дальше от зоны отгрузки. А категории С еще больше. В результате меньше времени тратится на передвижение работника и сокращается рабочее время на сборку товара.

Итак, оптимальным решением повышения автоматизации сборки заказов и уровня обслуживания клиентов может стать создание автоматизированного комплекса на базе конвейерных линий, объединённых с такими технологиями, как pick-by-light, «Voice picking», и карусельные системы комплектации. При планировке склада необходимо сразу определиться, какие технологии будут использоваться. Причем совершенно необязательно применять какую-то одну технологию.

Технология pick-by-light

При использовании системы светового отбора (pick by light) склад оборудуется специальными полочными стеллажами, которые пополняются с задней стороны. Главные элементы данной системы – это дисплей и кнопка подтверждения, которыми оборудована фронтальная сторона стеллажа. Данные световые модули, которые размещаются возле каждой ячейки хранения, управляют работой сборщиков, сообщают информацию, необходимую для проведения операции.

Система действует следующим образом. Наборщик сканирует штрих-код лотка, поступившего по конвейеру. После чего находит загоревшиеся дисплеи на ячейках, производит набор товара из этих ячеек в соответствии с количеством, указанным на дисплее. При этом набор товара должен осуществляться только из ячеек с загоревшимся дисплеем. Затем нужно подтвердить набор товара по данному адресу нажатием кнопки справа от табло. После завершения отбора товара в данной секции наборщик ставит лоток на движущийся конвейер, по которому тот перемещается в следующие нужные секции.

Преимущества данной технологии: минимальное время для поиска; большая точность: 99,5% - 99,99%; высокая скорость сборки: 120 - 350 строк заказов в час [1].

Технология «Voice picking»

«Voice picking» – это метод управления голосом. Данная технология позволяет системе, которая находится на компьютере, давать сборщику голосовые команды через наушник. Например, система говорит взять лоток заданного типа-размера и называет адрес ячейки, к которой работнику следует отправиться. Сборщик подходит к названному адресу, называет контрольное число с этикетки ячейки. Это число нужно для того, чтобы система удостоверилась в правильности выполнения указанных ею действий. После чего система называет номер контейнер, говорит количество штук для отбора. Сборщик, сказав слово “описание”, может уточнить точное наименование предметов отбора. Для получения следующего задания нужно сказать слово “Готово”. Таким образом, оператор всегда имеет свободные для сборки заказа руки и может сконцентрироваться на выполнении этой операции.

Достоинства метода «Voice picking»: свободны руки и относительно глаза; точность сборки: 99,5% - 99,98%; скорость сборки: 120 - 250 строк заказов в час [2].

Карусельные системы комплектации заказов

Это конструкция элеваторного стеллажа представляет собой подвижную кольцевую систему, на которой установлены ряды полок, движущихся по вертикали. Товар может размещаться в лотках, устанавливаемых на полки, или же сами полки могут представлять собой многофункциональный, разделенный на секции лоток. Вся система заключена в «шкаф», высотой до потолка склада. Использование элеваторных стеллажей предполагает возможность подборки одновременно 5-7 заказов одним оператором.

Элеваторные системы экономят до 60% площади, за счет компактного расположения полок, снижают время на процесс комплектации, значительно минимизируя время на поиск товара, так как сам товар автоматически доставляется к рабочему месту оператора. Рабочее окно стеллажа располагается на удобной для оператора высоте. Данные системы имеют защиту от несанкционированного доступа – при необходимости или во вне рабочее время окно стеллажа закрывается сдвижными или рулонными дверцами на ключ [3].

Конвейерные системы

Принцип действия данной технологии: складской работник перекладывает товар в коробку или лоток на ленту конвейера. Затем на коробку наклеивается этикетка со штрих-кодом, в котором содержится информация о заказе. Пока коробка перемещается по конвейеру, сканер считывает информацию со штрих-кода, и коробка попадает в ту зону, в которой необходимо совершить

отбор товара для заказа. Если в зоне отсутствует заказ на данную коробку, то конвейер переместит коробку к следующей зоне, где процедура повторится, и так на протяжении всей конвейерной линии. Таким образом, коробка для комплектации заказа клиента «путешествует» по конвейеру, останавливаясь только в нужных зонах. Пройдя весь путь движения по конвейеру, собранный заказ попадает в зону контроля, где проверяется правильность набранного заказа по количеству единиц и наименованиям.

Подведя итоги, хочется сказать, что первоначальной задачей на пути к повышению уровня клиентского обслуживания является оптимизация отбора при комплектации заказов. Внедрение на белорусских предприятиях приведенных выше способов обязательно позволит существенно увеличить скорость выполнения операций при сохранении разумного уровня издержек, сократить ошибки и приведет к высокой оценке сервиса компании клиентами.

Список цитированных источников

1. Lobanov Logist. Логистический портал. Новейшие технологии комплектации заказов Павел Рябуха [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.lobanov-logist.ru/library/all_articles/55717/. - Дата доступа: 22.03.2019.

2. Склад & Техника. Журнал практической логистики. Средства комплектации при подборе заказов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sitmag.ru/article/13795-podhody-k-komplektatsii-zakazov-i-sistemy-upravleniya-podborom-i-sortirovki-tovara-v-zakaz-sups-sredstva-komplektatsii-pri-podbore-zakazov-ch-1>. – Дата доступа: 22.03.2019.

3. Компания инноваций и технологий. Автоматизированные склады. Автоматизированный склад карусельного типа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kiit.ru/product/gorizontalnyj-karuselnyj-stellazh-kardex-industriever-horizontal/>. - Дата доступа: 23.03.2019.

УДК 338.48(476)

Букач А. А., Кучко А. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Скопец Г. Г.

РАЗНООБРАЗИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Целью настоящей работы является анализ видового разнообразия туризма и предложение перспективных направлений для наращивания туристического потенциала Республики Беларусь.

Особый механизм, сплетающих страны в единое экономическое пространство, является туризм, который способствует международному сотрудничеству во всех сферах национальной и региональной экономики. Туристический потенциал возрастает с общей динамикой роста численности населения мира, свободного времени и мобильности туристов, увеличения доходов жителей развитых стран, развития инфраструктуры и транспортных услуг. Благодаря туристическому бизнесу как сектору экономики возрастает спрос на потребительские товары, создаются новые рабочие места, повышаются доходы и уровень жизни людей, пополняется государственный бюджет. Кроме того, туристические выбытия и прибытия в другую страну выполняют социальные функции, к примеру, восстановление эмоциональных сил в рамках возрастающего стресса, всестороннее развитие и познание мира и, как следствие, развитие международных отношений и обогащение мировой культуры.

Туристический рынок является наиболее развитой и перспективной отраслью мирового хозяйства в силу высокой доходности. Развитие экономики приводит к увеличению видов туризма. В мировой практике наиболее популярными являются культурно-познавательный, спортивный, приключенческий, лечебный, сельский, экологический и религиозный туризм. Каждый год тысячи туристов прибегают к данной отрасли в зависимости от собственных целей и предпочтений.

Туризм в Беларуси является важной составляющей экономики страны. За последние годы данная отрасль набирает свои обороты в стране, пополняя ее капитал. Так, если в 2017 году из стран ЕС в Беларусь в качестве туристов и экскурсантов приехали 70 089 человек, то в 2018 году их было уже 135 059 [1]. Если обратить внимание на динамику въезда иностранных граждан в Республику Беларусь с 2011 по 2017 гг., можно заметить, что основными туристами являются граждане СНГ и за последние 2 года уровень поездок увеличился в 3,5 раза. Что касается других туристов из других стран, то у них наблюдается нестабильная динамика.

Выделим самые крупные виды туризма в Республике Беларусь.

Для Беларуси, сформированной под влиянием множества религиозных конфессий и национальных культур, характерно множество старинных православных церквей и монастырей, костелов, синагог и мечетей, деревянных храмов староверов. Сплетение религий и архитектурных стилей сформировало белорусскую храмовую архитектуру, причем многие из культовых сооружений – абсолютно уникальны. Паломнический туризм возрастает и особенно популярным направлением паломников является крупнейший в Беларуси православный монастырь – Свято-Успенская Жировицкая обитель с чудотворным образом Божьей Матери Жировицкой.

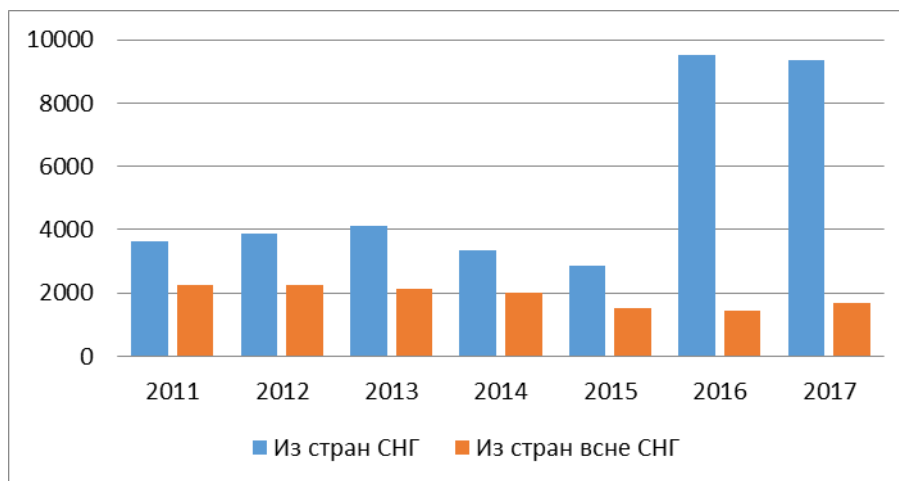


Рисунок 1 - Динамика въезда иностранных граждан в Республику Беларусь (тысяч поездок) [2]

Особое внимание стоит уделить популяризации среди иностранных граждан белорусского медицинского и лечебно-оздоровительного туризма. С этой целью ежегодно туристическая индустрия Беларуси вносит новые предложения по организации отдыха и оздоровления в санаториях и здравницах. Беларусь обладает разнообразными ресурсами для развития лечебно-оздоровительного туризма. Комплекс климатических и природных лечебных факторов, представленных источниками минеральных вод четырех типов и месторождениями лечебных грязей, способствует лечению целого ряда заболеваний.

За последние годы среди пациентов, получивших медицинскую помощь в Беларуси, отмечены граждане 128 стран мира. В 2018 году в санаториях республики отдохнуло 175 тысяч иностранцев, что на 8 тысяч больше, чем в 2017. В связи с упрощением визового режима отмечена динамика возрастания в санаториях Беларуси туристического потока из стран Прибалтики, Польши, Германии.

Положительной динамикой 2018 года является увеличение экспорта услуг на оздоровительное и курортное лечение на 20% в сравнении с прошлогодним периодом. В целом по республике выручка составила 322 миллиона рублей.

Одним из активно растущих секторов туристического бизнеса в стране является агроэкотуризм. Около 2,3 тысячи усадеб функционируют и принимают гостей. По данным Министерства спорта и туризма, в 2018 году белорусские агроэкоусады посетило более 380 тысяч человек, что на 1,3% больше, чем в 2017 году.

Военно-исторический туризм всегда пользовался своей популярностью. Иностранцам и белорусским туристам предоставлена возможность посетить Брестскую крепость и Линию Сталина, места боев Первой мировой войны, памятники в честь сражений с французами и шведами, памятные знаки о битвах далекого средневековья.

Нетронутая природа Беларуси, уникальные леса и болота привлекают сюда приверженцев экологического туризма со всего мира. В стране действуют четыре национальных парка. Помимо парков и Березинского биосферного заповедника, система особо охраняемых природных территорий Беларуси включает 85 заказников республиканского значения и 348 – местного, 305 памятников природы государственного и 542 регионального уровней. Все национальные парки предлагают туристам прогулки по экологическим тропам. Из 830 тысяч белорусских туристов, путешествующих по стране, 20% посещали природные достопримечательности. Например, в прошлом году Беловежскую пущу посетили почти 465 тысяч туристов, в том числе около 70 тысяч иностранцев.

2018 год был объявлен Годом туризма Беларуси в Китае, что обосновано активностью китайских путешественников. При этом стоит учитывать, популярность России как туристического региона с безвизовым режимом для организованных туристических групп из Китая, что подтверждается около 1,2 млн посещений китайцев. Активная работа Беларуси с российскими партнерами по взаимному признанию визового и безвизового режима, страна может привлечь 10% этого потока.

Результатом 2018 года туризма Беларуси в Китае стало подписание Соглашение о взаимном безвизовом режиме граждан двух стран. Проведение Года туризма создало позитивный информационный фон для продвижения белорусского туризма в КНР и способствовало увеличению объемов взаимных туристических потоков. Сегодня Беларусь разрабатывает комплексную концепцию развития туризма не просто как отрасли, а как одного из двигателей национальной экономики. Главным катализатором мирового туризма видится Китай с его многочисленной демографией, а белорусская туристическая индустрия и бизнес могут разнообразить предложение китайским туристам. Гуманитарные связи и туризм занимают особое место в двусторонних отношениях Беларуси и Китая. Они сближают народы, укрепляют доверие, формируют широкую общественную основу межгосударственных отношений.

Также последние несколько лет карьеры в городском поселке Красносельский под Волковыском пользуются большой популярностью. Каждое лето сюда приезжают сотни людей из разных уголков Беларуси и из стран-соседей. Место стало известным благодаря бирюзовой воде и красивым видам карьеров. В рамках рекомендаций предлагается сделать из этого места потрясающей красоты туристический объект, полностью соответствующий экологическим стандартам (нормам), круглосуточно охраняемый и оборудованный всем необходимым для безопасного отдыха. По результатам опроса 200 молодых людей в возрасте от 15 до 20 лет, около 90% хотели бы там побывать. Хорошая реклама может привлечь и иностранных туристов, которым не нужно переплачивать за дорогостоящие места отдыха. Данный объект увеличит приток капитала в страну и создаст новый имидж Республики Беларусь.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь / Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь / Статистический сборник. – 2018. – 72с.
2. Белорусское телеграфное агентство / Статистика числа туристов из ЕС за 2018 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/v-belarusi-chislo-turistov-i-ekskursantov-iz-evrosojuza-v-2018-godu-vyroslo-pochti-v-2-raza-339319-2019/> – Дата доступа: 19.05.2019.
3. Страница Министерства иностранных дел Республики Беларусь «Беларусь – страна в сердце Европы» год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belarusfacts.by/ru/belarus/tourism/rb/>. – Дата доступа: 02.05.2018.

УДК 69.003.13

Василевская А. В., Кащеева Д. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н. В.

ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЕМ ЗАТРАТ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Целью данной работы является изучение процесса управления снижением затрат строительного производства.

Основной целью организаций, занимающихся инвестиционно-строительной деятельностью, является создание строительной продукции, в результате реализации которой будет получена прибыль. В основе каждого строительного производства лежит комплекс затрат, связанных как с технологией производства, так и с деятельностью строительного предприятия в целом. Главную роль в успешной деятельности любой организации инвестиционно-строительной сферы играют ресурсы, затраченные на производство, инструменты планирования, регулирования и контроля затрат.

Затраты – это объем ресурсов, используемых на производство, и сбыт строительной продукции, преобразующихся в себестоимость продукции, строительного-монтажных работ или услуг [1].

Соблюдение всех принципов управления затратами в строительной организации создает базу ее экономической конкурентоспособности в условиях рыночной экономики.

В условиях рыночной экономики выбор и постановка целей определяются стратегией строительного предприятия и конкретными условиями для реализации на ближайший период. Целью строительных организаций может выступать как рост экономических показателей, так и имиджевых (рисунок 1).

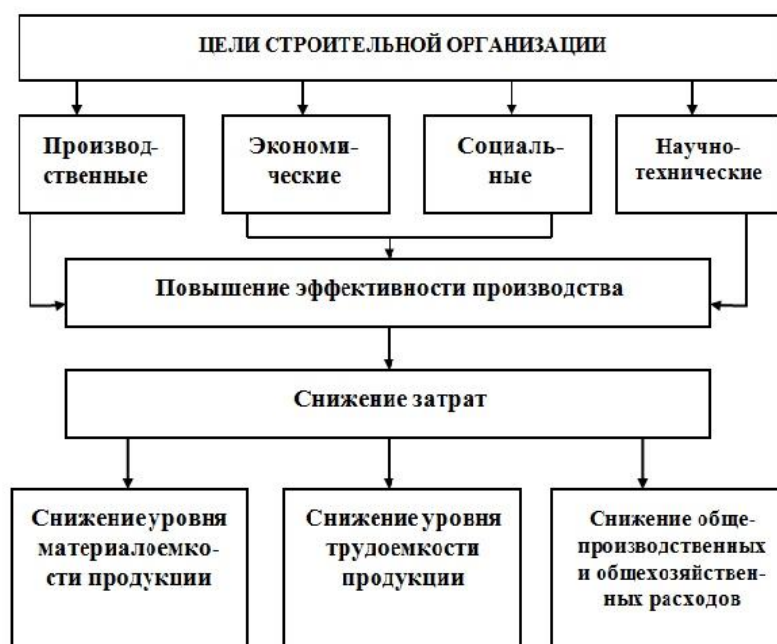


Рисунок 1 – Схема целей строительной организации

Функция организации является одним из важных элементов успешного и эффективного управления затратами, т. к. именно она устанавливает, каким образом на предприятии управляют затратами (определяются места формирования затрат и центры ответственности).

Выделяют следующие направления снижения себестоимости СМР, которыми располагают строительно-монтажные организации:

- создание и применение новых и совершенствованных продуктовых инноваций;
- улучшение планирования строительства;
- повышение технического уровня строительного производства;
- создание и применение современных и передовых методов производства;
- использование современной строительной техники, машин и механизмов, новых методов эксплуатации производственного оборудования;
- экономия материальных ресурсов при помощи улучшенных логистических схем перевозки, хранения и расходования материалов.

Факторы, которые оказывают влияние на себестоимость СМР, можно разделить на две группы: внутренние и внешние.

Первая группа факторов непосредственно зависит от деятельности строительного предприятия и обычно связана с внедрением научно-технических достижений и инноваций, ростом использования всех применяемых ресурсов.

Внешние факторы обуславливаются действиями партнеров строительного предприятия, которые впоследствии могут приводить к значительным потерям в деятельности предприятия, но при своевременном контроле за выполнением всех договорных обязательств, а также при корректной и полной оценке данные потери могут быть взысканы с виновников как упущенная выгода.

В последние годы можно наблюдать тенденцию к росту затрат на производство. Это происходит за счет увеличения стоимости сырья, материалов, топлива, энергии, оборудования и т. д. В связи с этим необходим тщательный подход к выбору и расчету нужного количества материалов, инструментов и приспособлений. Одним из самых важных направлений снижения строительных затрат является максимальное применение современных строительных технологий.

Строительная отрасль в нашей стране активно развивается. С каждым годом появляется всё больше новых, усовершенствованных строительных тенденции и технологий по улучшению процесса строительства, а в результате – и его продукта в виде зданий, сооружений и т. д.

Список цитированных источников

1. Studwood: Цели, задачи и функции затратами. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.ru/1308054/ekonomika/tseli_zadachi_funktsii_upravleniya_zatratami. – Дата доступа: 04.05.2019.

УДК 69.003.13

Василевская А. В., Кащеева Д. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н. В.

ВЛИЯНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА УМЕНЬШЕНИЕ ЗАТРАТ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Целью данной работы является изучение уменьшения затрат при применении современных технологий в строительстве.

Затраты – это объем ресурсов, используемых на производство и сбыт строительной продукции, трансформирующихся в себестоимость продукции, строительно-монтажных работ (СМР) или услуг. Затраты всегда измеряются в денежном выражении, так как имеют расчетную природу оценки и отражаются во внутреннем учете организации на момент их потребления в процессе производства.

Строительство – дорогостоящий процесс, поэтому все затраты на строительство должны быть тщательно обдуманы и просчитаны. Заказчику необходимо знать, каким способом уменьшить затраты на строительство и на каких процессах и этапах стройки их можно значительно снизить.

Первое, что необходимо сделать для снижения затрат, – это выявить все потребности заказчика. Вторым, достаточно важным правилом, является экономия энергии и топлива.

Необходим тщательный подход к выбору и расчету нужного количества материалов, инструментов и приспособлений. Одним из самых важных направлений снижения строительных затрат максимальное применение современных строительных технологий.

Строительная отрасль в нашей стране активно развивается. С каждым годом появляется всё больше новых, усовершенствованных строительных тенденции и технологий по улучшению процесса строительства, а в результате и его продукта в виде зданий, сооружений и т. д.

Говоря о новшествах в строительстве, необходимо понимать, что это огромная сфера, которая включает в себя и развитие производства технологий строительных материалов, их составляющих, и новые технологии и материалы при высотном строительстве. Основное внимание такого развития уделяется не только снижению стоимости конечного продукта, но качеству и экологичности материалов.

Одним из таких нововведений является модульное строительство. Его преимущество состоит в том, что оно дает возможность эффективно решить проблемы с помещениями различного назначения. Конструкция офисно-

бытовых модулей способствует созданию площадки любой конфигурации и площади, а возведение такого здания производится за несколько дней, при помощи единообразия панелей и несущих конструкций. Так же модули могут легко разбираться и транспортироваться в любое другое место. Еще одним значительным преимуществом является более низкая стоимость по сравнению с капитальным строительством. Модульное строительство в основном применяется для временных сооружений. Производством, проектированием и продажей модульных домов в Беларуси занимается ООО «ДубыльДом». ДубыльДом – это энергоэффективный и экологически чистый, всесезонный модульный дом. Ранее строительство собственного жилья требовало значительных затрат и сил, но в настоящий момент, с приходом новых технологий строительства, заказать новый модульный дом в Беларуси стало так же просто, как заказать, например, мебель.

В нашей стране, а именно в Минске и Могилеве, совсем недавно были построены энергоэффективные дома второго поколения. В этих домах применяются системы рекупераций воздуха, утилизации тепловой энергии сточных вод и солнечных коллекторов. Инновации в области энергоэффективности стремительно развиваются и очень вероятно, что в скором времени будут возводиться дома уже третьего поколения, так как важным преимуществом такого вида строительства является снижение затрат на энергоресурсы.

Еще к нововведениям в строительном комплексе можно отнести фотоэлектрические панели из стекла, которые могут создать собственную электроэнергию, превращая всю внешнюю конструкцию здания в панели солнечных батарей. На выходе фотоэлектрического модуля генерируется постоянный ток, который применяется как напрямую, так и накапливается в аккумуляторных батареях для дальнейшего использования. Эта перспективная технология, которая сможет найти применение не только в городских многоэтажных домах, но и в других различных отраслях.

К строительным технологиям, которые являются трендом для Республики Беларусь и всего мира, можно отнести интеллектуальные здания. Это единый комплекс всех подсистем и инженерного оборудования здания для централизованного и автоматизированного управления и контроля в целях улучшения комфорта. Такие технологические тенденции могут получить распространение в индустрии коммерческой недвижимости. Это позволяет оптимально и рационально использовать пространство, снизить потребление энергии и снизить негативное воздействие на окружающую среду [1].

Концепцию «умный город» уже с 2014 года начали активно внедрять в Республике Беларусь. Основным местом реализации этого проекта стала наша столица – город Минск, где в стадии строительства находится новый умный квартал-парк «Новая Боровая». При проектировании квартала соблюдается концепция «smart+social». Это место, в котором, благодаря необычным идеям и современным технологиям, создается комфортная для жизни городская среда. Квартал-парк имеет свои уникальные особенности, которым нет аналогов в Беларуси.

Спустя 5 лет идея «smart+social» добралась до Бреста вместе с районом «Малиновка». Одна из главных особенностей концепции – идея закрытого двора. Такой выбор способствует как уюту, так и практичной безопасности. Во дворах «smart+social» места сбора мусора спрятаны в закрытую оболочку, что способствует устранению неприятных запахов. Ещё к важным особенностям

относится наличие велогаража, который находится под чиповым замком и предусматривает постоянное хранение велосипедов или колясок. Во всех дворах по концепции предполагается наличие бесплатного Wi-Fi и система видеонаблюдения, к которой жильцы имеют постоянный доступ и тем самым в режиме онлайн могут следить за происходящей обстановкой на территории. Большое внимание уделяется озеленению территории. Поводов для беспокойства о порче насаждений у жильцов не возникнет, так как полное обслуживание всего комплекса проводится застройщиком.

Большая роль в «smart+social» отводится отделке. Главный принцип – сделать дом сомасштабным с человеком. Для этого нижние этажи выделяют более темным цветом, а верхние облегчают светлыми оттенками. Отделку фасада производят при помощи фиброцементных плит, которые подобны фактуре кирпича, камня или дерева. Благодаря такому решению здание выглядит значительно меньше своих реальных размеров. Строительство первой очереди квартала «Малиновка» уже ведется и в течение 15 месяцев жители Бреста увидят новый формат жилья [2].

В последние годы в строительной отрасли присутствует большая конкуренция, потребитель стал более требовательным и искушенным. Следовательно, в таких условиях необходимо направлять свои ресурсы на инновационные технологии, позволяющие значительно улучшить качество возводимых объектов без увеличения их стоимости.

Внедрение новых современных технологий позволит сократить сроки строительства, затраты на строительство, а применение экологически чистых строительных материалов будет способствовать улучшению экологии. Использование новейших технологий в жилищном строительстве приведет к улучшению качества жилищного фонда, его удешевлению и, как следствие, окажет положительное влияние на уровень жизни и комфорта граждан.

Список цитированных источников

1. Строительный портал Республики Беларусь: Полезные технологии в строительстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sprb.by/stroitelstvo/1757-poleznye-tehnologii-v-stroitelstve.html>. – Дата доступа: 04.05.2019.

2. Журнал «Бинокль»: Каким будет новый квартал на Суворова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://binkl.by/read/place/kakim-budet-novyj-kvartal-na-suvorova-zakrytye-dvory-veloparkovki-i-chastnyj-detskij-sad/>. – Дата доступа: 04.05.2019.

УДК 338.47

Василец П. С., Слюсарчик В. З.

Научный руководитель: ассистент Кочурко О. А.

ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Транспортная логистика — одно из самых перспективных и быстрорастущих направлений современной логистики. Республика Беларусь — страна, находящаяся на перекрестке транспортных маршрутов, связывающих государства Западной Европы с двумя мощными рынками — России и Китая, а также страны Черноморского побережья со странами Балтийского моря, имеет большие возможности эффективного развития и использования транспортной логистики.

Транспортный комплекс Беларуси на сегодняшний день является одним из основных ресурсов поступления валюты в страну. Более 75% положительного сальдо внешней торговли услугами сформировано организациями транспорта, что в абсолютном выражении составляет более 1,5 млрд долл. По этой причине транспортные услуги для Республики Беларусь представляют собой приоритетное и динамично растущее направление экономического развития, являясь источником валютных поступлений, стимулируя создание дополнительных рабочих мест.

На данный момент в республике функционируют 43 субъекта хозяйствования логистической направленности, 31 из них находится в Минском и шесть – в Брестском регионе. 9 из 16 торгово-логистических центров обслуживают собственные грузопотоки (рисунок 1). Двенадцать из 43 логистических центров являются государственными (шесть из них- РУП «Белтаможсервис»), остальные функционируют за счет инвестиций национальных и зарубежных инвесторов (из России, Азербайджана и Ирана) [1].

Уровень транспортного обслуживания зависит не только количества транспортных организаций, а также от показателя плотности путей сообщения. Который характеризует обеспеченность территории транспортными путями и зависит от протяженности путей сообщения, их пропускной и провозной способности, конфигурации, размещения транспортных линий и других факторов. Очевидно, что данный показатель тем выше, чем более развиты пути сообщения. На рисунке 2 отражены плотности путей сообщения в Республике Беларусь за последние годы. Единицы измерения километры в расчете на 1000 квадратных километров территории [2].

В Республике Беларусь плотность сети железных дорог достаточно высока и составляет 26,4 км на 1000 км². Однако в стране высока и степень неравномерности размещения транспортной сети по регионам. Так, если в Брестской области плотность сети железных дорог свыше 33 км на 1000 км², то в Минской и Гомельской областях – лишь 22 км. При этом только 40% городских поселений республики имеют доступ к железнодорожному транспорту, причем этот показатель колеблется от 21% в Гродненской области до 50% – в Могилевской [1].



Рисунок 1 – Логистические центры Республики Беларусь

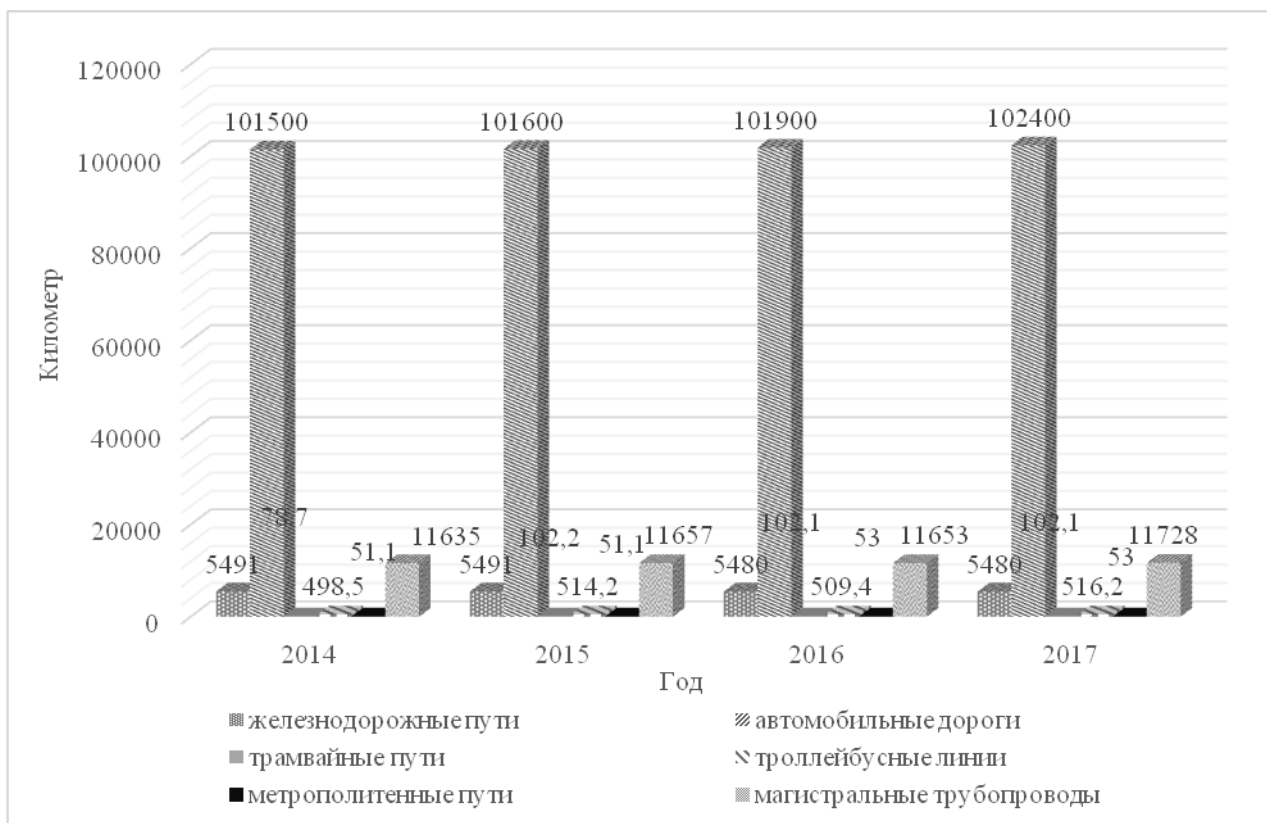


Рисунок 2 – Протяженность транспортных путей (в км)

Среднереспубликанская плотность автомобильных дорог также достаточно высока (424,7 км на 1000 км²), однако дифференциация в обеспеченности транспортной сетью автодорог также весьма значительна, поскольку в целом ряде районов плотность автодорог оказывается ниже 150 км на 1000 км², наглядно можно увидеть на рисунке 3.

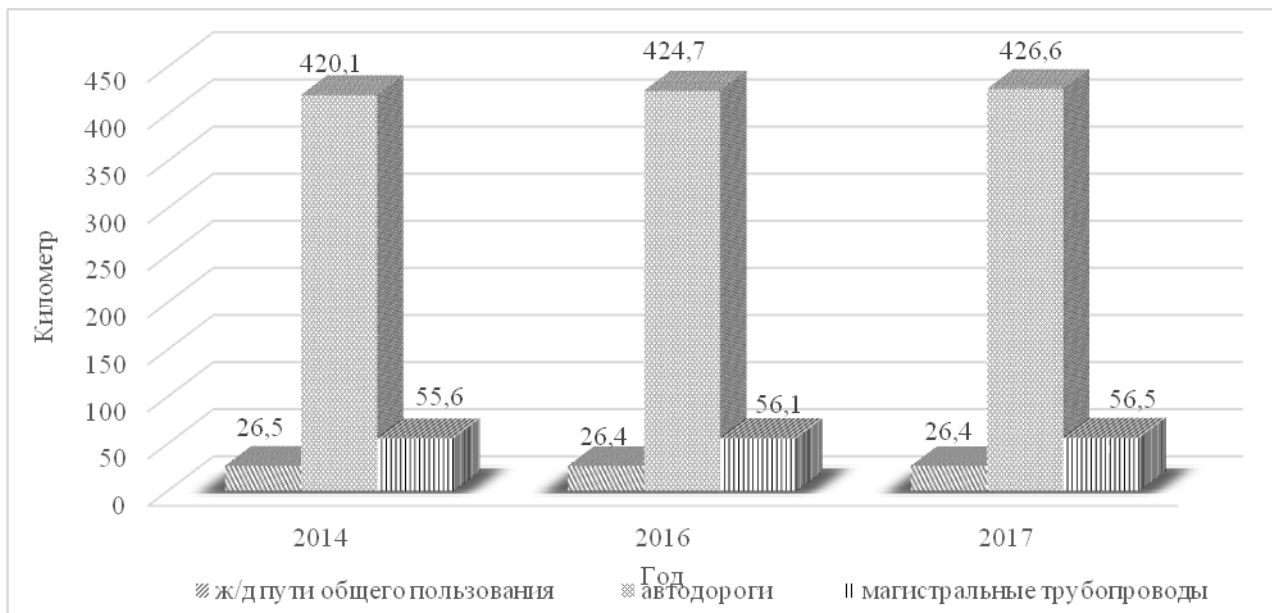


Рисунок 3 – Сравнительная характеристика плотностей путей сообщения

Несмотря на то, что Беларусь имеет относительно небольшую территорию, продолжительность транспортных путей достаточно, и основная доля приходится на автомобильные дороги – 85,5, так как автомобильный транспорт обладает преимуществом по сравнению с другими видами транспорта при до-

ставке грузов и пассажиров (подвоз, вывоз груза на станцию, в порт, возможность отправки груза мелкими партиями и т. д.)

Также следует отметить, что в последнее время вводятся ограничения на рынок автотранспортных услуг, но несмотря на это, рост удельного веса автомобильного транспорта в структуре перевозок прослеживается последние 5 лет, рисунок 4[1].

Поскольку автотранспорт не может перевозить груз весом более 44 тонны, то используют для транспортировки крупногабаритных грузов железнодорожный транспорт. Поэтому интенсивность перевозок грузов при использовании железнодорожного транспорта значительно выше, чем при использовании других видов транспорта, графическое представление на рисунке 5. Транспортно-экспедиционную и логистическую деятельность на железной дороге осуществляет Белинтертранс – транспортно-логистический центр Белорусской железной дороги. Белорусская железная дорога соединяется через Польшу с железнодорожной сетью стран Балтии, СНГ и Западной Европы. Через республику проходит транзитный грузопоток из Центральной России в Калининградскую область [3].

Эксплуатационная длина Белорусской железной дороги составляет 5,5 тыс. км. Наиболее значимые железнодорожные узлы – Минск, Молодечно, Орша, Барановичи, Гродно, Волковыск, Лида, Лунинец, Брест, Гомель, Могилев, Осиповичи, Витебск, Полоцк – работают на 2–6 направлениях. Белорусская железная дорога активно сотрудничает с железными дорогами России, Польши, Германии, Литвы в реализации ряда проектов по организации перевозок грузов специализированными контейнерными и грузовыми поездами.

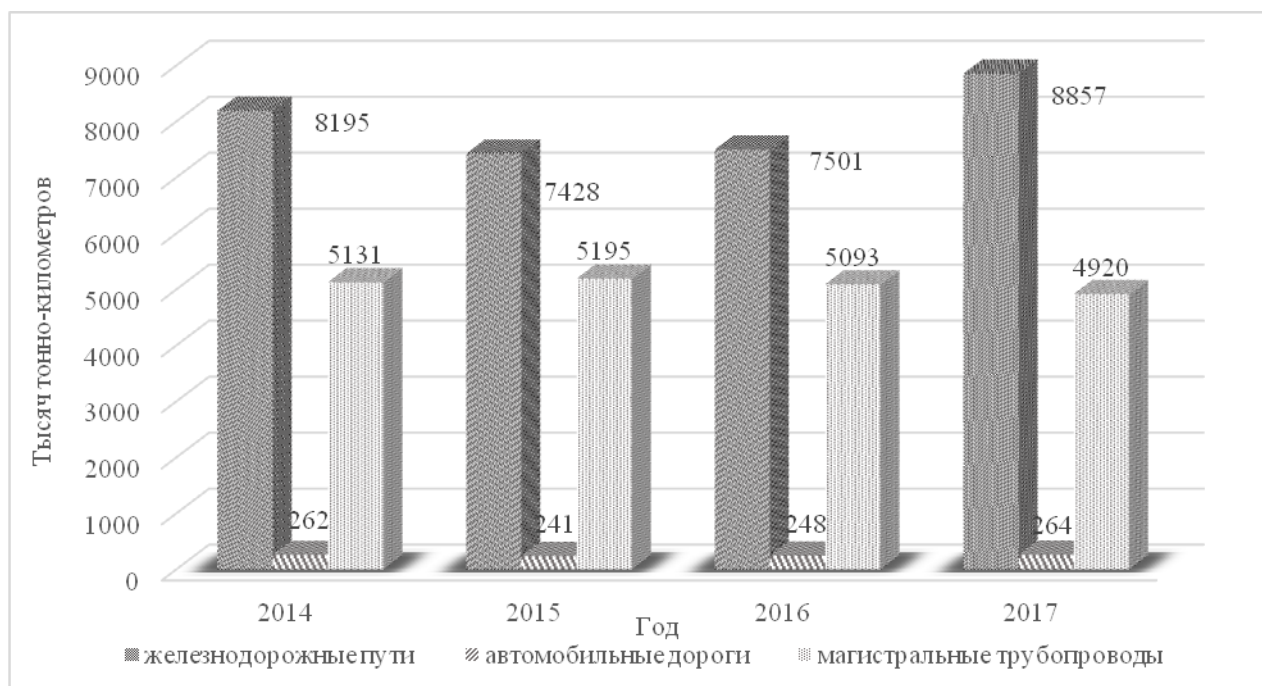


Рисунок 4 – Сравнительная характеристика интенсивности перевозок грузов (тысяч тонно-километров на один километр длины путей)

Что касается анализа общего объема грузооборота, то следует отметить, что в 2017 году по сравнению с 2010 годом наблюдается снижение общего объема, что представлено на рисунке 5. Основной тенденцией изменения структуры является снижение удельного веса трубопроводного транспорта, при увеличении доли автомобильного. Так, в 2017 году по сравнению с 2010 годом доля железнодорожного транспорта в общем грузообороте увеличилась на 2314 тонно-километр, доля трубопроводного транспорта сократилась на 48

8035 тонно-километр. При этом доля автомобильного транспорта в грузообороте выросла с 16023 в 2010 году до 26987 в 2017 году [2].

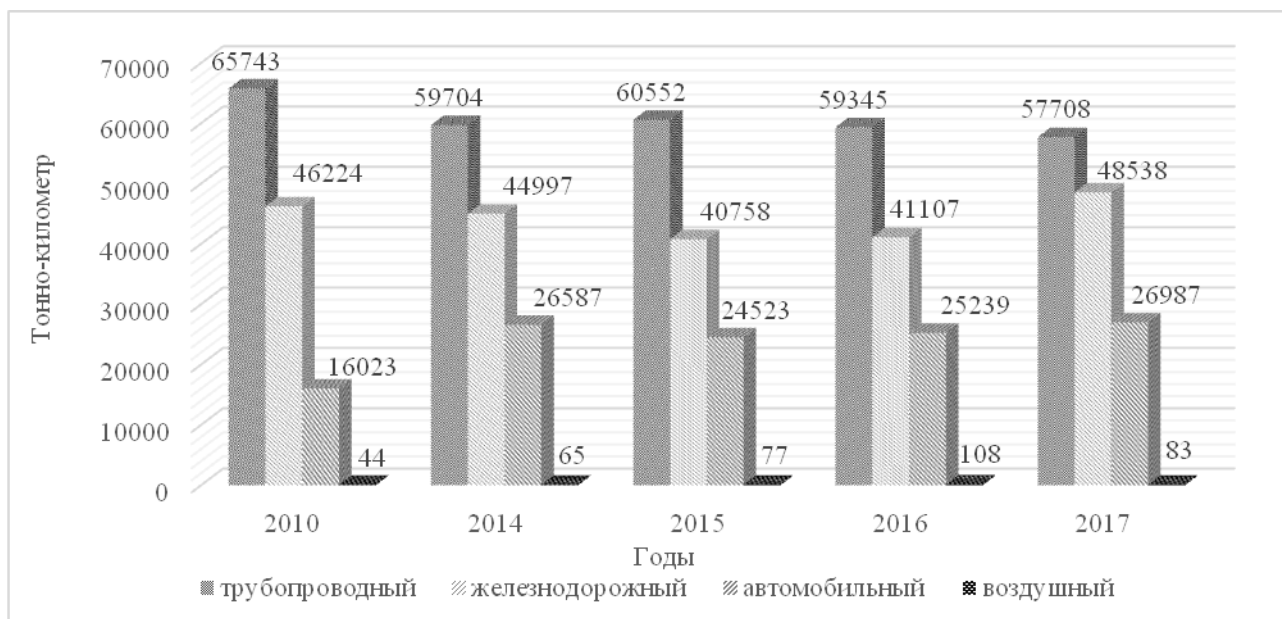


Рисунок 5 – Грузооборот по видам транспорта за 2010, 2014-2017 год

Исходя из проведенного анализа, можно отметить, что транспортная инфраструктура в Беларуси активно развивается последние пять лет. В данный момент функционирует более сорока логистических центров. Как считают эксперты, чтобы осуществлять эффективную логистическую деятельность, этого количества практически достаточно, но важно оказывать более широкий перечень услуг. Главная стратегическая цель национальных логистических операторов является комплексное логистическое обслуживание белорусских экспортеров в страны ЕС, ЕАЭС, СНГ, Грузии, а также обслуживание транзитных потоков через территорию Беларуси.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа 16.03.2019.
2. Транспортная логистика в Беларуси: состояние, перспективы [Электронный ресурс]: моногр. / М.М. Ковалев, А.А. Королева, А.А. Дутина. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream>. – Дата доступа 14.03.2019.
3. Ассоциация международных экспедиторов и логистов «БАМЭ – Экспедитор» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.baif.by>. – Дата доступа 14.03.2019.

УДК 338.45

Василюк А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н. В.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА НА ОСНОВЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ НА ОАО «БРЕСТМАШ»

Целью данной работы является изучение организации технического контроля качества на машиностроительном предприятии ОАО «Брестмаш» и разработка предложений по повышению ее уровня на основе применения статистических методов.

Протасов Н. В., Новиков О. А. отмечают, что основной задачей технического контроля на предприятии является своевременное получение полной и достоверной информации о качестве продукции, состоянии оборудования и технологического процесса, чтобы предупредить неполадки и отклонения, которые могут привести к нарушениям требований стандартов и технических условий [1].

В то же время основной задачей технического контроля является обеспечение выпуска высококачественной и комплектной продукции, соответствующей стандартам и техническим условиям.

Функции технического контроля определяются во многом задачами и объектами производства. Сюда относятся контроль над качеством и комплектностью выпускаемых изделий, учет и анализ возвратов продукции, дефектов, брака, рекламаций и др. Порядок предъявления и технического контроля качества продукции прописан в стандарте организации.

Проблема повышения качества машиностроительной продукции приобрела в современной экономике особое значение. Только предприятия, выпускающие продукцию высокого качества, могут в конкурентных условиях удовлетворить потребительский спрос, гарантировать высокую эффективность процесса воспроизводства.

Для решения данной проблемы реализуют различные программы. Чтобы выявить проблему, необходим анализ качества.

Данные для анализа сдачи продукции с первого предъявления представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Доля продукции, принятой с первого предъявления в ОАО «Брестмаш» в 2015-2018 гг.

Место	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Цех №1	99,3	99,47	99,7	99,6
По ИСОУ №12	99,9	99,7	99,8	99,9
По организации	99,7	99,5	99,7	99,6

Цель такого анализа – проверить качество выполняемых работ и продукции – как в целом, так и отдельных узлов и агрегатов на основных стадиях изготовления [2].

Продукцию завода ОАО «Брестмаш» разбивают для анализа на три части: изделия цеха №1, участка №12 и в целом по организации.

На протяжении всего исследуемого периода наиболее успешным оказался цех №1. В целом по организации можно сказать, что предприятие успешно справляется с предъявлениями на возврат продукции. Так, в 2018 году было 23269 предъявлений на возврат, однако возвратов было лишь 102. Это является положительным моментом в оценке качества продукции ОАО «Брестмаш».

Анализ рекламаций на ОАО «Брестмаш». Наличие рекламаций на продукцию означает неудовлетворенность потребителей ее качеством. В результате ухудшается финансовое положение предприятия, возмещающего затраты на компенсацию заказчику стоимости недоброкачественной продукции и/или на исправление выявленных дефектов. Получается, что организация в таком случае несет как материальные убытки, так и моральные (падение имиджа компании), что негативно отражается на ее конкурентоспособности.

Что касается количества рекламаций на продукцию ОАО «Брестмаш», можно сказать, что за исследуемый период (2015-2018 гг.) рекламаций почти нет, однако в 2016 году признано 2 рекламации по следующим видам продукции: насос НЦ 25 – 0,0125% и НЦ 12,5 – 0,029%. Заметно, что в последующих

годах рекламаций не наблюдается. Такая динамика демонстрирует, что фирма стабильно повышает качество выпускаемого оборудования при увеличении объема производства.

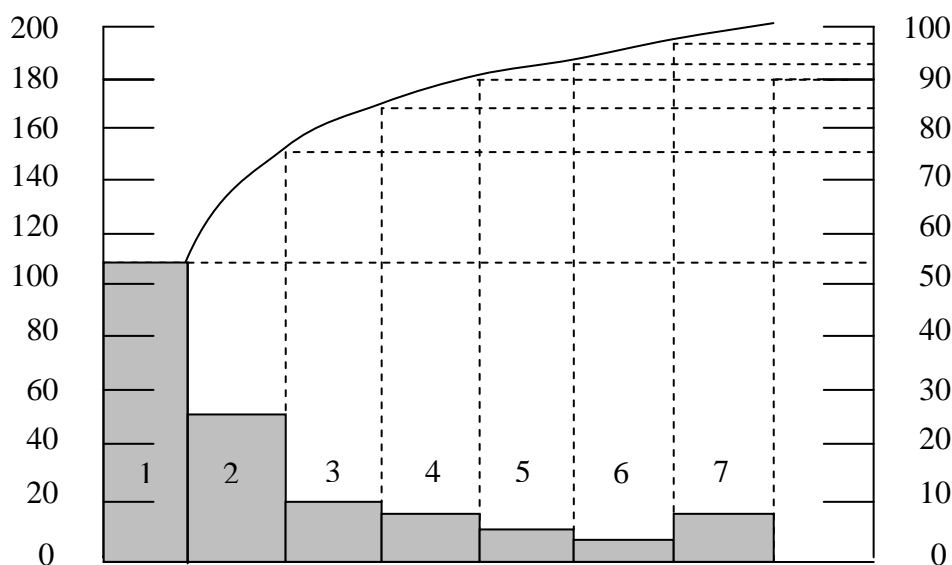
Одним из инструментов достижения цели – выпуск конкурентоспособной качественной продукции – является управление качеством продукции с помощью методов экономико-математического моделирования, а именно с помощью статистических методов.

Наиболее распространенными среди статистических методов стали «семь инструментов контроля качества». Данные инструменты первоначально широко использовались в кружках качества в Японии, чуть позже – в других странах. Такие методы считаются эффективными и довольно доступными для простых рабочих. Это метод расслоения, диаграмма Парето, причинно-следственная диаграмма, диаграмма разброса, контрольные карты, гистограммы, графики.

Особое внимание хочется обратить на диаграмму Парето (рисунок 1). Это метод, которые помогает выявить наиболее важные факторы появления брака на предприятии. Данный метод представляет собой один из нескольких видов столбиковой диаграммы, которая используется для удобного отображения всех рассматриваемых факторов в порядке убывания или возрастания их значимости.

Принцип Парето, применяемый при производстве изделий, позволяет выявить проблемы, а также провести анализ причин, вызывающих эти проблемы.

Применение статистических методов управления качеством должно базироваться на достоверной информации. Начальным этапом использования статистических методов является сбор необходимых данных.



1 – деформация; 2 – царапины; 3 – раковины;
4 – трещины; 5 – пятна; 6 – разрыв; 7 – прочие
Рисунок 1 – Модель диаграммы Парето [1]

На первом этапе работ проводится сбор данных о дефектах и пороках продукции машиностроительного предприятия путем заполнения специальных листков регистрации дефектов.

Последующий анализ диаграммы может показать, какое количество дефектов приходится, например, на пропуск операций и царапины. На устранение выявленных дефектов и должны быть направлены усилия в первую очередь.

Таким образом, если имеется в виду брак продукции и появление дефектов, то принцип Парето можно применять для любого процесса, характеризуемого большей изменчивостью.

Изучив управление качеством в ОАО «Брестмаш», можно сказать, что данная организация стремится повышать качество производимой продукции, а также контролирует процесс достижения целей по усовершенствованию качества продукции. Исследуя данную тему, нужно отметить, что обеспечение необходимого качества продукции – одна из основных задач предприятия, от решения которой зависят такие показатели, как конкурентоспособность продукции, рыночный потребительский спрос, объемы продаж и получаемая прибыль.

Чтобы улучшить контроль качества над продукцией исследуемого машиностроительного предприятия, можно осуществить разработку программы по формализации основных процедур жизненного цикла серийных изделий с детализацией до входящих в них комплектующих. Цель такой разработки – сведение в единую базу данных документов, атрибутов объектов и информации о движении комплектующих по подразделениям предприятия, а также о техническом состоянии изделий в процессе эксплуатации, что позволит ускорить время обработки данных и формирования необходимых отчетов без потерь и ошибок. А также создать единую базу данных по комплектующим и основным изделиям и предоставить возможность сотрудникам предприятия работать с единой базой данных с разграниченным правом доступа к ее элементам.

Список цитированных источников

1. Протасов, В.Н. Качество машиностроительной продукции на различных стадиях ее жизненного цикла / В.Н. Протасов, О.А. Новиков. – М.: ООО «Издательский дом Недра». – 2012. – 231 с.
2. Герасимов, Б.И. Экономика машиностроения / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. – М.: Инфра-М. – 2014. – 304 с.

УДК 338

Василюк А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н. В.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Целью данной работы является изучение экономической значимости повышения уровня качества продукции на машиностроительном предприятии.

По мнению Зайцева Г. Н., качество продукции – это совокупная характеристика ее основных свойств, определяющих способность удовлетворять соответствующие потребности [1]. Похожее определение качества можно найти в трудах Б. И. Герасимова, В. В. Жарикова, М. В. Жариковой [2]: «Под качеством продукции понимают ее способность удовлетворять запросы потребителя».

Можно сказать, что важными факторами, которые способствует повышению эффективности производства, являются качество и безопасность продукции. В то же время качество продукции определяет конкурентоспособность данной продукции, что делает ее более привлекательной на рынке товаров.

Приходится, к сожалению, констатировать, что в настоящее время большинство выпускаемых странами СНГ изделий машиностроения (машин и оборудования) по важнейшим показателям уступают зарубежной технике и не от-

вечают достижениям науки. Мировому уровню качества соответствуют лишь около 20% от объема выпускаемой продукции машиностроения.

В настоящее время бесспорно общепризнанно, что повышение технического уровня и уровня качества продукции машиностроения является достаточно важной народнохозяйственной задачей.

Нужно отметить, что повышение качества имеет экономический, психологический, а также социальный эффекты. В хорошем качестве заинтересованы все члены общества, производители и потребители продукции, государство в целом.

Эффект от повышения качества продукции имеет разнообразные формы выражения: прямую экономию материалов и энергии, получение большего количества продукции на единицу затрат труда, снижение себестоимости и рост прибыли, ускорение оборачиваемости оборотных средств, а также экономического и социального развития предприятия [3].

Довольно высокий уровень качества производимой продукции способствует формированию положительного имиджа предприятия-изготовителя продукции и государства. А также играет роль в улучшении морально-нравственного климата, как в обществе, так и на производстве. Поэтому можно сказать, что улучшение качества продукции выгодно двум сторонам – как изготовителю, так и потребителю. У изготовителя при повышении уровня качества продукции издержки увеличиваются меньше, чем возрастает цена данного товара, а известно, что прибыль изготовителя равна разнице цены и затрат, умноженной на объем продаж, т. е. количество реализованной продукции.

Прибыль потребителя зависит от стоимости работы, произведенной с помощью данного экземпляра техники за вычетом его цены и затрат потребителя при эксплуатации.

Следовательно, прибыль равняется разности стоимости работ и общим суммарным затратам потребителя, которые рассчитываются как сумма цены и затрат потребителя при эксплуатации. Таким образом, общий экономический эффект у изготовителя и потребителя составляет сумму прибыли изготовителя и прибыли потребителя [3].

Однако повышение уровня качества целесообразно, если рост цены машин превышает увеличение затрат на производство более качественной машины. Спрос на более качественную продукцию, как правило, больше, а при увеличении объема продаж общая прибыль изготовителя возрастает.

Нечто подобное происходит и у потребителя более качественной техники. Во-первых, общая стоимость выполненных работ увеличивается. Во-вторых, цена высококачественного изделия больше, но зато затраты потребителя, эксплуатирующего более качественную технику, намного меньше. В итоге, наблюдается повышения прибыли.

Опыт развитых стран, например Японии, показывает, что рост качества продукции возможен также при уменьшении ее цены за счет снижения затрат.

Нужно отметить, что тенденции последних лет в экономике Республики Беларусь сокращают для машиностроительных предприятий возможности повышения уровня качества производимой предприятиями продукции. Среди подобных тенденций можно отметить такие, как:

- значительное старение активной части основных фондов. Амортизационная политика государства не способствует обновлению оборудования;
- рост цен на производственные ресурсы: материалы, энергоносители и комплектующие изделия, рабочую силу;

- рост цен на ресурсы и продолжительный производственный цикл ведут к значительному отвлечению прибыли на приращение оборотных средств;
- старение кадров и нежелание молодежи работать на промышленных предприятиях приводят к разрыву поколений на предприятиях;
- низкая загрузка производственных мощностей и высокие налоги снижают эффективность производства;
- большие колебания в оплате труда различных групп персонала не способствуют материальной заинтересованности рабочих в росте производительности труда;
- расчет числа мелких заказчиков, что ведет к размыванию специализации.

Проблема качества продукции очень актуальна в настоящее время для любого предприятия. Сейчас данная проблема ощущается особенно остро, потому что качество продукции играет действительно большую роль в повышении эффективности производственной деятельности любого предприятия. Нужно отметить, что уровень качества продукции обеспечивает ее конкурентоспособность. Таким образом, очевидно, что повышение качества продукции позволяет решать задачи как технического и экономического, так и социального характера. Итак, перед отечественным машиностроением и народным хозяйством в целом стоят большие задачи по повышению уровня качества продукции.

Список цитированных источников

1. Зайцев, Г.Н. Управление качеством. Технологические методы управления качеством изделий: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Г.Н. Зайцев. – СПб: Питер, 2014. – 272 с.
2. Герасимов, Б.И. Экономика машиностроения / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. – М.: Инфра-М. – 2014. – 304 с.
3. Харрингтон, Дж. Управление качеством в американских корпорациях / Дж. Харрингтон. – М.: Экономика. – 1990. – 272 с.

УДК 336.02

Вольнец А. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.

ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. На сегодняшний день лизинг является одним из основных источников финансирования конкурентоспособного бизнеса, а также имеет ряд преимуществ по сравнению с банковским кредитом. Однако, несмотря на то, что тенденция числа лизинговых компаний в Республике Беларусь положительна, данная отрасль остается слаборазвитой по сравнению с показателями зарубежных стран [1]. Это связано, прежде всего, в отставании данной отрасли в освоении современных цифровых технологий, а также обусловлено отсутствием единой информационной системы.

Основная часть. В настоящее время рынок лизинга в Республике Беларусь переживал разные времена, но сейчас на нем наблюдается подъем, которого в его истории еще не было. Объем нового бизнеса в 2017 году вырос примерно в 2 раза. За счет лизинга было профинансировано около 20% затрат в нашей стране на приобретение машин, оборудования и транспортных средств.

Лизинг является перспективным и актуальным видом деятельности в Республике Беларусь. Для повышения активности лизинговых компаний в привлечении новых клиентов малого и среднего бизнеса предлагается создание Белорусской лизинговой платформы, которая будет представлять собой объединение потенциальных лизингодателей, создающих свои независимые площадки.

Белорусская лизинговая платформа — это онлайн-процесс сдачи за определенную плату объекта лизинга лизингодателями, который можно реализовать посредством специально созданной интернет-площадки (представлена на рисунке 1).



Рисунок 1 – Схема сделки на Белорусской лизинговой платформе

Источник: собственная разработка

Данная платформа позволит усовершенствовать соответствующую рыночную систему информирования, которая будет являться посредником между лизингодателями и лизингополучателями [2]. Главную роль в создании платформы должен играть Белорусский союз лизингодателей, который будет являться посредником или оператором электронной платформы.

Сущность лизинговой онлайн-площадки заключается в том, что если лизинговая компания, в которую обратился клиент, не сможет выполнить его условия (например, клиент будет нуждаться в покупке очень дорогого оборудования), то информация о нем станет известна другим компаниям, которые при наличии свободных денежных ресурсов смогут его обслужить.

Создание платформы лизинговых услуг, которая включает в себя основные функции, требует необходимых инвестиций в размере 20 тыс. долларов, по данным информационных ресурсов (таблица 1).

Таблица 1 – Стоимость создания платформы

Функции	Стоимость, \$
Путь пользователя и пользовательский интерфейс	1071
База данных, дизайн, скрипты и веб-приложения	803
Авторизация и безопасность	2142
Профиль пользователя	1339
Функционал для продавцов	1071
Управление списками	5087
Функция бронирования	2142
Оплата	1339
Выплаты продавцам	1339
Заказы	1339
Отзывы и рейтинги	2142
Уведомления	803
Загрузка контента	2677

Источник: собственная разработка

На первом этапе в состав учредителей Белорусской лизинговой платформы войдут крупные лизинговые компании. Взнос учредителя составляет 30 тыс. долларов в год, расшифровка данных затрат представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Первоначальные затраты на открытие лизинговой компании

Расходы лизинговой компании	Сумма, руб. (в настоящее время)	Сумма, руб. (с учетом функционирования лизинговой платформы)
Оплата аренды офиса лизинговой компании за первые 6 месяцев	6000	4800
Косметическая отделка помещения офиса компании	1700	1020
Регистрация компании, получение соответствующих разрешений, лицензии и оформление сопутствующей документации	1650	1650
Приобретение мебели для офиса	3300	1980
Закупка компьютерной и оргтехники	4950	3465
Наем и обучение сотрудников лизинговой фирмы	990	792
Маркетинговые расходы, включая создание и техническую поддержку сайта лизинговой компании	990	495
Дополнительные и непредвиденные расходы	500	350
ИТОГО	20080	14552

Источник: собственная разработка

Другие компании могут войти в состав позже, уплачивая ежегодные взносы в размере 1500 долларов в год. Участниками могут быть и другие организации: страховые, оценочные, поставщики и другие.

Таким образом, чистая прибыль лизинговой компании составила 10 331 руб., а рентабельность продаж 6,89% (таблица 3).

Таблица 3 – Финансовый результат лизинговой компании

Показатели	Сумма, руб. (в настоящее время)	Сумма, руб. (с учетом функционирования лизинговой платформы)
Планируемая выручка от оказания услуг лизинговой компании	150 000	150000
Себестоимость оказания лизинговых услуг	117 773	82058
Оплата аренды офиса	6 000	4800
Зарплата сотрудников	76 800	51648
ФСЗН и Белгосстрах	26 573	17870
Оплата коммунальных услуг	3 000	2400
Маркетинговые расходы	3 000	900
Другие виды расходов	2 400	1440+3000
Валовая прибыль (до налогообложения)	12 598	54265
Налоговые платежи	2 268	9768
Чистая прибыль	10 331	44498
Рентабельность продаж	6,89	29,67

Источник: собственная разработка

При использовании Белорусской лизинговой платформы расходы компании могут сократиться за счет:

1. Внедрения системы электронного документооборота.
2. Оптимизации персонала.
3. Сокращения расходов на аренду офиса.
4. Снижения маркетинговых расходов.

Таким образом, расходы лизинговой компании сократились на 35715 руб. (30%), а чистая прибыль увеличилась 34 167 руб., рентабельность продаж лизинговых услуг также увеличилась на 22% (с 6,89% до 29,67%).

Список цитированных источников

1. Бордин, Н.Ф. Лизинг как способ обновления ОПФ / Н.Ф. Бордин // Машиностроитель. – 2018. – 1. – С.18 – 29.
2. Кисель, Т.Р. Экономическая сущность лизинга // Наука – образованию, производству, экономике: материалы Международной научно-технической конференции / Т.Р. Кисель. – Минск: УП «Технопринт», 2017. – Т. 2. – С. 130.
3. Карп, М.В. Финансовый лизинг на предприятии / М.В. Карп, Р.А. Махмутов. – М.: Юнити, 2018. – 119 с.

УДК 336.02

Волынец А. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.

ЛИЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. В условиях функционирования рыночной экономики неотъемлемой частью финансирования малого и среднего бизнеса является использование лизинговых услуг во время обновления основных фондов организации. Лизинг – это одна из перспективных и современных форм финансирования инвестиций в основные средства.

Основная часть. Для приобретения основных средств предприятию обязательно использовать собственные оборотные средства. В этом случае целесообразнее воспользоваться внешними источниками финансирования. Лизинг представляет собой деятельность, связанную с приобретением одним юридическим лицом (коммерческим банком или специализированной компанией) за собственные или заемные средства объект лизинга в собственность и передачей его другому субъекту хозяйствования на срок и за плату во временное владение и пользование с правом или без права выкупа [1]. Также лизинг – это особая форма товарного кредита, объектом которого являются основные фонды: рабочее и силовое оборудование, транспортные средства и др.

В основе лизинговых отношений лежит контракт между лизингодателем и лизингополучателем, который подтверждает приобретение права владения лизинговым имуществом в пределах контрактного срока за определенную плату.

Основные функции лизинга:

1. *Финансовая функция* проявляется в том, что лизинг является формой вложения средств в основные фонды.
2. *Стимулирующая функция* — заключается в возможности получения льгот лизингополучателем:

- взятое по лизингу имущество может не отражаться на балансе пользователя, поскольку право собственности сохраняется за лизингодателем;
- лизинговые платежи относятся на себестоимость производимой продукции (услуг), что соответственно снижает налогооблагаемую прибыль;
- применение ускоренной амортизации, исчисляемой не на базе нормативного срока службы объекта лизинга, а исходя из срока контракта, снижает облагаемую прибыль и ускоряет обновление имущества.

3. *Сбытовая функция* — лизинг является способом освоения новых рынков, расширением круга потребителей и дополнительным каналом сбыта продукции лизингопроизводителя.

4. *Производственная функция* — лизинг является способом технического обеспечения производства и решения производственных задач организации.

5. *Инвестиционная функция* — лизинг позволяет предприятиям быстро решать задачи технического перевооружения и инновационного развития [2].

Элементы лизинга:

Объект лизинга - любое движимое и недвижимое имущество, относящееся по установленной классификации к основным фондам, а также программные средства и рабочие инструменты, обеспечивающие функционирование переданных в лизинг основных фондов.

Субъекты лизинга:

1) лизингодатель – юридическое лицо, передающее по договору лизинга специально приобретенный для этого за счет собственных и (или) заемных средств объект лизинга;

2) лизингополучатель – субъект хозяйствования, получающий объект лизинга во временное владение или пользование по договору лизинга;

3) поставщик – продавец либо изготовитель имущества.

Процесс лизинговой сделки представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – Схема лизинговой сделки

Источник: собственная разработка на основе [3]

Существует множество форм и классификаций лизинга. Исходя из сути сделки, компания может применить как финансовый, так и оперативный лизинг.

1. Финансовый лизинг – лизинг, при котором лизинговые платежи в течение договора лизинга, заключенного на срок не менее 1 года, возмещают лизингодателю стоимость объекта лизинга в размере не менее 75 процентов его первоначальной (восстановительной) стоимости независимо от того, будет ли сделка завершена выкупом объекта лизинга лизингополучателем, его возвратом или продлением договора лизинга на других условиях [3].

2. Оперативный лизинг – оперативный лизинг, при котором лизинговый платеж в течение договора лизинга возмещает лизингодателю стоимость объекта лизинга в размере менее 75 процентов его первоначальной (восстановительной) стоимости. По истечении договора лизинга лизингополучатель возвращает лизингодателю объект лизинга, в результате чего он может передаваться в лизинг многократно [3].

Оперативный лизинг является выгодным инструментом, который используется сегодня в деятельности многих предприятий. Если компания не может приобрести имущество, благодаря оперативному лизингу она может стать его владельцем на определённый срок. Актуальность использования оперативного лизинга проявляется в разовом использовании имущества (например, оборудование для строительства здания), а также предоставляет возможность использовать различные новинки в сфере техники и технологий и периодически обновлять основные фонды предприятий.

Оперативный лизинг выгоден лизингополучателю, так как он может вернуть лизингодателю имущество досрочно (если иное не предусмотрено в договоре), при этом не будет необходимости выкупать объект лизинга по остаточной стоимости.

Финансовый лизинг наиболее распространён в Республике Беларусь среди физических лиц.

Преимущество лизинга для лизингополучателя:

1. 100% кредитование объекта лизинга без требования немедленного начала платежей;

2. Риск морального и физического износа оборудования несёт лизингодатель;

3. Платежи по лизингу относятся на издержки производства и снижают налогооблагаемую базу.

4. Упрощённая процедура заключения лизингового контракта для предприятий.

5. Участники лизинговой операции могут применять механизм ускоренной амортизации

6. Лизинг позволяет лизингополучателю более оперативно обновлять производственные мощности;

7. Возможность получения льгот по уплате таможенных платежей в случае использования схемы международного импортного финансового лизинга [1].

Заключение. Нынешняя экономическая ситуация в Республике Беларусь благоприятствует развитию лизинга. В настоящее время многие предприятия испытывают недостаток краткосрочных активов и постоянно нуждаются в обновлении основных фондов. Лизинговые отношения позволяют одновременно решить и проблемы инвестиций, и проблемы источника их финансирования, что является важным критерием для предприятий, функционирующих на территории Республики Беларусь.

Список цитированных источников

1. Бордин, Н.Ф. Лизинг как способ обновления ОПФ / Н.Ф. Бордин // Машиностроитель. – 2018. – 1. – С.18 – 29.

2. Кисель, Т.Р. Экономическая сущность лизинга // Наука – образованию, производству, экономике: материалы Международной научно-технической конференции / Т.Р. Кисель. – Минск: УП «Технопринт», 2017. – Т. 2. – С. 130.

3. Сайт Ассоциации лизингодателей. Белорусский рынок лизинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://leasing-belarus.by>. – Дата доступа: 07.05.19.

УДК 338.124.

Гапанович Т. В., Горчанюк Н. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В. В.

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И РОСТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Стратегической целью устойчивого развития Республики Беларусь является обеспечение высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности на основе перехода к высокоэффективной экономике, основанной на знаниях и инновациях, при сохранении благоприятной окружающей среды для будущих поколений.

Поставленная стратегическая цель предусматривает два этапа ее реализации.

Первый этап – 2016 – 2020 годы. Основная цель – переход к качественно сбалансированному росту экономики на основе ее структурно-институциональной трансформации с учетом принципов «зеленой» экономики, приоритетного развития высокотехнологичных производств, которые станут основой для повышения конкурентоспособности страны и качества жизни населения.

Второй этап – 2021 – 2030 годы. Главная цель – поддержание стабильной устойчивости развития, в основе которой рост духовно-нравственных ценностей и достижение высокого качества человеческого развития, ускоренное развитие наукоемких производств и услуг, дальнейшее становление «зеленой экономики» при сохранении природного капитала.

Для достижения поставленных целей предстоит решить следующие задачи в области развития человека:

- повышение качества человеческого потенциала с учетом индивидуальных особенностей каждого человека, воспитание высокообразованной, здоровой, всесторонне развитой личности, восприимчивой к инновациям, способной превратить свои знания в фактор экономического прогресса;

- создание условий, обеспечивающих свободно избранную занятость и профессиональное развитие, достойный уровень доходов, высокое качество и доступность услуг для всех граждан;

- формирование условий для развития инклюзивного общества, обеспечивающего равенство возможностей всех граждан, включая присоединение Республики Беларусь к Конвенции ООН о правах инвалидов и развитие инклюзивного образования;

в области социально-политической:

- создание государства для народа, обеспечение конструктивного диалога между органами государственного управления, обществом и бизнесом на принципах открытости, партнерства и ответственности в правовом, социально-экономическом и политическом пространстве при соблюдении международных правовых норм и обязательств;

- формирование зрелого гражданского общества, повышение роли молодежи, деловых и научных кругов в принятии решений по национальным и региональным проблемам устойчивого развития;

- усиление интеграции Республики Беларусь в мировые торговые сети и систему международного разделения труда, устранение внешних угроз для развития страны в рамках Глобального партнерства в целях развития;

в сфере экономики:

- формирование высокоэффективной, социально ориентированной и конкурентоспособной экономики нового типа - экономики знаний с развитыми рыночными институтами и инфраструктурой;

- ускоренное развитие высокотехнологичных производств, промышленных инновационных кластеров, инфраструктурных секторов экономики, влияющих на качество человеческого развития;

- повышение устойчивости производства и потребления, в том числе за счет эффективного управления ресурсами, сокращения объемов образования отходов производства и потребления, формирования ответственного потребительского поведения;

- повышение эффективности системы государственного управления, основанной преимущественно на рыночных инструментах регулирования, рост местных инициатив, создание эффективной структуры собственности;

- расширение международного сотрудничества в различных сферах экономики со странами-партнерами, прежде всего, Китайской Народной Республикой, Российской Федерацией, государствами Евросоюза;

в области экологии:

- сохранение благоприятной окружающей среды, обеспечивающей необходимые условия для жизни не только нынешних, но и будущих поколений;

- обеспечение экологической безопасности;

- снижение антропогенной нагрузки на окружающую среду, восстановление нарушенного экологического равновесия, рациональное использование всех видов природных ресурсов;

- экологически безопасное использование отходов производства и потребления;

- достижение высоких экологических стандартов жизни населения, улучшение экологического состояния окружающей среды [1].

Рассмотрим тенденцию изменения валового внутреннего продукта в Беларуси с 2009 по 2017 годы (табл.1)

По данным таблицы 1 можно сделать вывод, что экономика Республики Беларусь за 2009-2017 гг. выросла. По итогам 2017 г. ВВП Республики Беларусь достиг 105 748 млн руб. Росту ВВП способствовали: увеличение цен на калийные удобрения, подорожание нефти, повышение спроса на продукцию отечественного машиностроения.

Таблица 1 – Производство валового внутреннего продукта в Республике Беларусь

Валовой внутренний продукт	в текущих ценах, млрд руб. (с 2016 года – млн руб.)	в сопоставимых ценах, в процентах к предыдущему году	Валовой внутренний продукт на душу населения, тыс. руб. (с 2016 года – рублей)
2009	142 091	-	14 946
2010	170 466	107,7	17 962
2011	307 245	105,5	32 433
2012	547 617	101,7	57 860
2013	670 688	101,0	70 852
2014	805 793	101,7	85 048
2015	899 098	96,2	94 745
2016	94 949	97,5	9 993
2017	105 748	102,5	11 133

ВВП на душу населения Республики Беларусь также увеличивается, что говорит о стабильном экономическом развитии страны.

Основным показателем уровня инноваций и науки в развитии экономики Республики Беларусь является наукоёмкость ВВП, которая рассчитывается как отношение затрат на научные исследования и разработки к объёму ВВП страны [2]. Данные представлены в таблице 2

Таблица 2 – Наукоёмкость ВВП в Республике Беларусь, %

Год	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Наукоёмкость ВВП, %	0,65	0,67	0,68	0,65	0,65	0,51	0,50	0,50	0,59

За период 2009-2017 гг. в Республике Беларусь наукоёмкость ни разу не достигла уровня в 1%. В развитых странах доля наукоёмкости ВВП составляет около 2-2,5%.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что за 2009-2017 гг. показатели социально-экономического развития Республики Беларусь, с одной стороны, замедляли экономический рост, а с другой стороны, экономическая ситуация Республики Беларусь характеризуется ростом ВВП.

Однако социально-экономическое развитие Республики Беларусь с каждым годом оказывает положительные тенденции, что свидетельствует о потенциале экономического роста страны.

Список цитированных источников

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года: одобр. протокол заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 2 мая 2017 г. №10. – Минск, 2017.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 01.03.2019.

УДК 338.124.4

Гапанович Т. В., Горчанюк Н. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В. В.

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Инвестиционная политика – это целый комплекс целенаправленных мер, которые направлены на улучшение деятельности хозяйствующих субъектов, нормализацию экономических процессов в стране, стабильный рост экономики и регулирование социальных вопросов [1].

Инвестиционная политика Республики Беларусь направлена на создание условий для сохранения высоких темпов инвестиций на благо населения и производства конкурентоспособной продукции на внутреннем и внешнем рынках. К основным инвестиционным стимулам можно отнести: выгодное экономико-географическое и геополитическое положение между новыми границами экономически развитого Европейского союза и Российской Федерацией, располагающей огромными сырьевыми и энергетическими запасами; социальная, политическая и экономическая стабильность; законодательная и организационная обеспеченность инвестиционного процесса; развитый научно-технический, промышленный и экспортный потенциал; высококвалифицированная и относительно недорогая рабочая сила; единое таможенное пространство с Россией; экономическое и историческое объединение Беларуси со странами

СНГ, способное обеспечить выход на товарные рынки России и стран СНГ. Стабильная внутривластная обстановка, отсутствие конфликтов международного или религиозного характера делают Республику Беларусь все более привлекательной для инвесторов. С целью реализации дорогостоящих инвестиционных проектов внедряются новые формы инвестирования: концессии, проектное и венчурное финансирование, лизинг. Важная роль в создании благоприятного инвестиционного климата в Республике Беларусь принадлежит Консультативному совету по иностранным инвестициям, возглавляемому Премьер-министром Республики Беларусь. В его состав входят представители государственных структур, международных организаций, а также иностранных инвесторов, работающих на белорусском рынке. Большое внимание в стране уделяется информационному обеспечению международной деловой общности и зарубежных инвесторов: проводятся семинары, международные конференции по инвестиционной деятельности и иностранным инвестициям.

С целью привлечения инвестиций (в первую очередь, зарубежных) в экономику страны, увеличения объемов экспорта, внедрения новых технологий, развития импортозамещающих производств в период 1996 – 2002 гг. на территории Республики Беларусь были созданы шесть свободных экономических зон: СЭЗ «Брест» создана в 1996 г., СЭЗ «Минск» (1998), СЭЗ «Гомель-Ратон» (1998), СЭЗ «Витебск» (1999), СЭЗ «Могилев» (2002) и СЭЗ «Гродно-инвест» (2002).

За сравнительно короткий период функционирования наблюдаются положительные результаты их деятельности: увеличение объемов производства, экспорта товаров и услуг, создание новых рабочих мест, более заметное влияние на макроэкономические показатели территориальных образований, рост налоговых поступлений и сборов в бюджеты различных уровней и во внебюджетные фонды [2].

Рассмотрим инвестиции в основной капитал по формам собственности (рисунок 1).

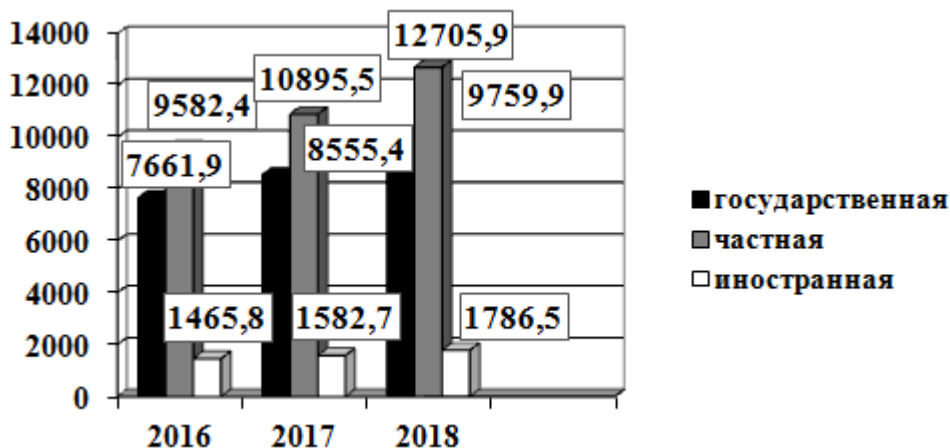


Рисунок 1 – Инвестиции в основной капитал по формам собственности, млн руб.

Если рассматривать структуру инвестиций в основной капитал, наибольшую долю составляют инвестиции частной формы собственности (в 2018 г. составили 12705,9 млн руб.). Инвестиции государственной и иностранной форм собственности за 2016-2018 гг. имеют тенденцию к увеличению и в 2018 г. составили соответственно 9759,9 млн руб., 1786,5 млн руб. Рост иностранных инвестиций связан с тем, что правительство страны активно стимулирует процесс по привлечению прямых иностранных инвестиций.

В Республике Беларусь за период с 2016 по 2018 гг. наблюдается рост объема инвестиций в основной капитал (рисунок 2).

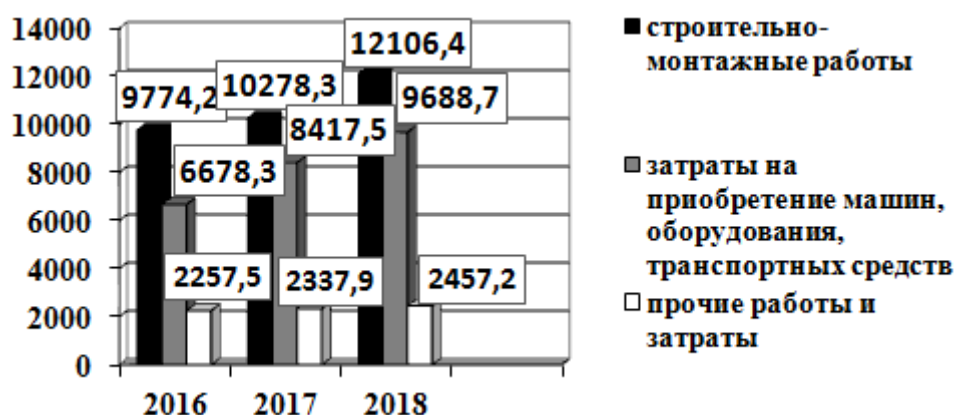


Рисунок 2 - Инвестиции в основной капитал в экономике Республики Беларусь в 2016-2018 гг., млн руб.

В 2018 г. в Республике Беларусь использовано 24252,4 млн руб. инвестиций в основной капитал, это на 3218,7 млн руб. больше, чем в 2017 г. Большая часть инвестиций направилась на выполнение строительно-монтажных работ (в 2018 г. – 12106,4 млн руб.). Что касается затрат на приобретение машин, прочих работ и затрат за 2016-2018 гг. наблюдается рост. Однако необходимо изменение политики формирования структуры инвестиций в сторону повышения затрат на приобретение машин, оборудования, транспортных средств [3].

В 2017 г. инвестиции в транспортную деятельность, операции с недвижимым имуществом незначительно сократились и составили 10% и 21% соответственно. Инвестиции в обрабатывающую промышленность за 2015-2017 гг. так же находятся в стадии спада (в 2017 г. составили 22,1%). Инвестиции в сельское, лесное и рыбное хозяйство за рассматриваемый период увеличились на 0,8%. Что касается инвестиций в снабжение электроэнергией, газом, паром и т. д. – этот вид деятельности достиг своего максимума в 2017 г. и составил 14%.

Заметно, что быстроразвивающиеся отрасли имеют более высокий процент инвестиций, что связано с вложениями в новые технологии.

Значительная доля инвестиций, поступивших в Республику Беларусь за 2017 г., из таких стран, как Россия – 38%, Великобритания – 26,6%, Кипр – 7,2%. Менее значимыми для страны являются инвесторы из Ирландии, Польши, Австрии, Китая и других стран.

Таким образом, выходить на рост инвестиционной активности внутри страны необходимо путем привлечения внешних инвестиций. Поступление иностранных инвестиций позволяет организовать производство новых видов товаров и открыть для белорусской продукции новые рынки сбыта. В сочетании с внутренними инвестициями, это позволит повысить конкурентоспособность экономики страны и создать основу для устойчивого экономического роста. Впрочем, чтобы привлечь иностранные инвестиции в страну, необходимо создать благоприятную деловую среду.

Список цитированных источников

1. Инвестор-про. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investor-pro.ru/investitsionnaya-politika-sushchnost-i-rol.html>. – Дата доступа: 05.05.2019.
2. Сбалансированная экономика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.regulareconomic.ru/regecs-112-2.html> – Дата доступа: 05.05.2019.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 05.05.2019.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА

На современном этапе в условиях жесткой конкуренции у производителей возникает необходимость в использовании широко спектра маркетинговых инструментов направленных на привлечение потребителя. С этой целью многие из них прибегают к использованию технологии брендинга.

В конце 19 века в Америке начинает разворачиваться конкурентная борьба за создание и продвижение брендов. С 1870 г., когда в США началась официальная регистрация брендов, их число уже перевалило за миллион, однако почти половина до сих пор живущих брендов была создана в 1870-1920-х гг. Это почти все автомобильные бренды («Ford», «Chevrolet» и т. д.), многие известные американские и международные бренды продуктов питания («Gerber», «Heinz», «Lipton», «Coca-Cola») [1].

Эпоха массового создания брендов – это время первичного насыщения потребительского спроса. Со временем расширение бизнеса, основанного на популярном бренде, потребовало резкого роста инвестиций в производственные мощности, повышения уровня управления и усложнения системы продаж. Многие бренды попали под управление крупнейших финансово-промышленных групп.

Теория эволюции брендинга включает три основных этапа.

1. Доиндустриальный этап – этап потенциальной жизни брендов в обычных товарах. Обозначен чертами аграрного общества.

На этом этапе товары еще не были обозначены и связаны с покупателем психологически и эмоционально, не имели индивидуально-личностного характера и выраженной «непродуктовой» сущности.

Большинство товаров продавалось для удовлетворения физиологических потребностей и не имело особых самостоятельных ценностей. Товары выполняли исключительно утилитарные функции и были уникальными.

2. Индустриальный этап – этот этап, связан со становлением и ростом промышленности, уходом кустарного и ремесленного производства. Товары становятся более стандартными, унифицированными и технологичными. Производство становится массовым и более дешевым. Вследствие чего возникает и начинает складываться массовое потребление, необходимое для реализации массовых товаров посредством маркетинга.

Постепенно под действием продвигаемых через бренд идей у людей складывается новое представление о богатстве, счастье, развитии. Это изменение происходит последовательно – от низших ценностей людей (физиологические потребности) к высшим (самоуважение и самореализация). Бренд использует не только материальные, но и психологические, эмоциональные, социальные потребности людей, т. е. обладание брендом становится неотъемлемой частью уже не столько физического, сколько социального и психологического комфорта.

3. Информационный этап – насыщение товарами сформировавшегося общества потребления, развитие научно-технического прогресса, средств коммуникаций и другие факторы ведут к формированию информационного общества, отличающегося значительностью информации и горизонтальной организацией. Появляется много товаров, отличных друг от друга, но часто только на первый взгляд.

Бренд – комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя. Ментальная обо-

лочка продукта или услуги. Бренд является абстрактным названием. Физически составляющими (носителями) бренда является весь комплекс элементов фирменного стиля: название бренда (слово, словосочетание), логотип с принципами его построения, палитра фирменных цветов, поддерживающая фирменный стиль оригинальная графика, набор фраз, звуки, торговая марка и прочее [2].

Этапы создания бренда:

1. Целеполагание:

- анализ миссии компании или организации (предприятия);
- определение места бренда в архитектуре брендов компании или организации;
- определение желаемого состояния бренда (качеств, жизненного цикла, конкурентных преимуществ);
- формулирование измеряемых параметров бренда (KPI).

2. Планирование проекта:

- анализ имеющихся ресурсов;
- определение команды заказчиков, участников и исполнителей;
- определение сроков проекта;
- выявление иных условий или ограничивающих факторов.

3. Анализ текущего состояния бренда (только для существующих брендов):

- осведомлённость о бренде у целевой аудитории;
- знание о бренде целевой аудитории;
- отношение к бренду целевой аудитории;
- уровень лояльности к бренду;
- определение соответствия текущего состояния бренда желаемому.

4. Анализ рыночной ситуации:

- анализ конкурентов (ассортимент, целевая аудитория, позиционирование, методы продвижения, ценообразование);
- анализ предполагаемой целевой аудитории (характеристики, предпочтения). Модели поведения потребителей;
- рынки сбыта (спрос, доля, динамика).

5. Формулирование сущности бренда:

- миссия, позиционирование и полезность бренда для целевой аудитории;
- индивидуальность: ценности, ассоциации, черты, конкурентные преимущества;
- атрибуты бренда (рисунок 1).

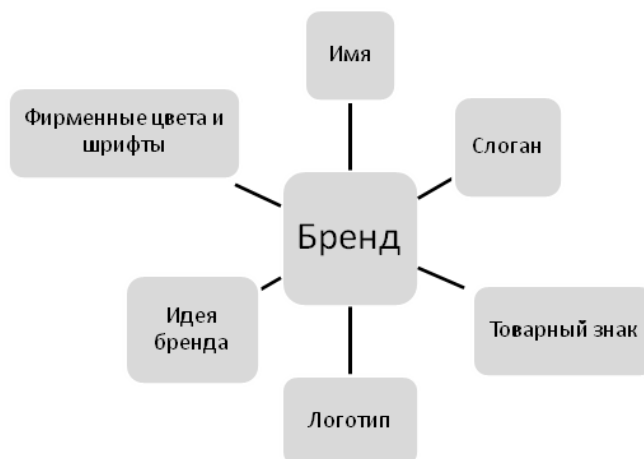


Рисунок 1 – Составляющие элементы бренда

6. Стратегия управления брендом:

- разработка правил создания маркетинговых материалов и описание процедур по управлению брендом (бренд-бук);
- определение лиц, ответственных за развитие бренда (хранителей бренда);
- разработка плана действий по продвижению бренда (интегрированные маркетинговые коммуникации);
- разработка плана и процедур по мониторингу бренда и оценке эффективности.

7. Продвижение бренда:

- медиаплан;
- изготовление рекламной продукции;
- размещение рекламной продукции в каналах коммуникаций;
- комплексные программы лояльности.

8. Мониторинг бренда и оценка эффективности действий:

- мониторинг измеряемых параметров (KPI) бренда, определённых на этапе 1;
- сравнение текущего состояния бренда с желаемым;
- коррекция стратегии или тактики [3].

Даже при соблюдении всех этапов построения бренда и развития бренда в реальных условиях он может оказаться не воспринятым потенциальным потребителем. **Сильный бренд должен обладать следующими чертами:**

1. Узнаваемость

Узнаваемость – основа сильного бренда. Она необходима для реализации во всех остальных направлениях. Узнаваемость неразрывно связана с предпочтениями и оценкой качества. Открытые вопросы о знакомстве и последующих контактах с брендом – один из самых эффективных приемов определения узнаваемости бренда. Также для этого можно ориентироваться на предоставляемые клиентам выгоды и задавать закрытые вопросы о бренде.

2. Отличие от конкурентов

Чтобы товар или услуга выделялись из общей массы и могли привлечь внимание потенциальных потребителей, необходимо проявлять признак индивидуальности. Бренд – это индивидуальность, благодаря которой потребители чувствуют себя уникальными.

3. Ценность

Ценность бренда – это то, за что покупатели готовы платить сверх продажной стоимости продукта. Хороший бренд дарит блага своим клиентам, поэтому при его разработке необходимо учитывать то, что хорошего и полезного вы сможете дать. Повышая ценность своего бренда, тем самым мы увеличиваем круг лиц, которые заинтересуются или начнут доверять фирме.

4. Доступность

Бренды конкурируют главным образом по своей физической и ментальной доступности. Для создания ментальной доступности требуются отличительность и четкий однозначный брендинг. Чтобы создать физическую доступность, нужны широта и глубина дистрибуции в пространстве и времени.

5. Эмоциональная связь

Несмотря на то, что мы считаем себя рациональными существами, наши решениями часто руководят эмоции. Это актуально не только для потребительских брендов, но также и для B2B брендов.

Перечисленные характеристики бренда работают следующим образом. Узнаваемость позволит потребителям принять бренд к сведению. Его отличие от конкурентов и ценность могут сделать его предпочитаемым. Доступность приведет к совершению покупки. Эмоциональная связь же обеспечит лояльность и преданность.

Таким образом, технология создания и развитие бренда является собой достаточно сложный процесс, не имеющий строго регламентированного порядка. Условием успешности бренда является его неординарность и эмоциональная связь с потребителем.

Список цитированных источников

1. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 211 с.
2. Персональный бренд: создание и продвижение / Андрей Рябых, Ника Зебра. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 304 с.
3. Genius Marketing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geniusmarketing.me/>. – Дата доступа: 19.05.2019.

УДК 336.161.1

Голуб М. П.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.

ЦИФРОВАЯ ВАЛЮТА КАК СРЕДСТВО ЛИКВИДАЦИИ УБЫТОЧНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Введение. Убыточные предприятия – раны на белорусской экономике, и со временем проблемы убыточных предприятий только обостряются. По официальным данным, чистая прибыль всех крупных и средних предприятий за январь 2018 года составила 12 млн BYN. За такой же месяц 2017 года реальный сектор наработал 580,2 млн BYN чистой прибыли.

Основная часть. Убыточная деятельность предприятий приводит к снижению поступлений в бюджет. Чем стабильнее поступают налоги в бюджет, тем больше имеется возможности для финансирования бюджетной сферы, появляется больше вариантов для осуществления новых экономических проектов, обеспечения условий для повышения благосостояния каждого жителя страны. Для самого предприятия убыточная деятельность приводит к падению доли высоколиквидных активов (утрачивается платежеспособность), снижению доли собственного капитала при соответствующем увеличении объема используемых заемных средств (снижается финансовая устойчивость), расходу ранее сформированных резервных финансовых фондов, а в долгосрочной перспективе к банкротству, если проблему не решить.

Рассмотрим данные, представленные Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь в сфере транспорта (таблицы 1, 2):

Таблица 1 – Чистая прибыль, убыток (-) организаций транспорта Республики Беларусь, млн руб.

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.
Транспорт – всего, в том числе:	253	550	439	496	809	168	2 111
деятельность сухопутного и трубопроводного транспорта	197	463	343	378	689	-81	1 833
деятельность водного транспорта	2	4	-1	1	-5	-1	0
деятельность воздушного транспорта	2	6	6	16	-3	28	33
складирование и вспомогательная транспортная деятельность	54	80	88	103	128	222	245

Источник: собственная разработка на основе [1, с. 30]

По сравнению с другими предприятиями в сфере транспорта, предприятия водного транспорта имеют наименьший показатель чистой прибыли. При этом в 2015-2016 гг. предприятия водного транспорта имеют убыток от своей хозяйственной деятельности, а в 2017 г. их финансовый результат и вовсе равен нулю.

Таблица 2 – Количество убыточных организаций транспорта, ед.

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.
Транспорт – всего, в том числе:	1 008	1 146	1 883	566	589	1 834	479
деятельность сухопутного и трубопроводного транспорта	767	904	1 592	486	504	1 486	349
деятельность водного транспорта	1	1	2	–	4	3	1
деятельность воздушного транспорта	5	2	3	2	2	6	6
складирование и вспомогательная транспортная деятельность	235	239	286	78	79	337	123

Источник: собственная разработка на основе [1, с. 31]

По состоянию на 2017 год наибольшее число предприятий транспорта имеют убытки в сфере сухопутного и трубопроводного транспорта; в сфере водного транспорта всего 1 убыточное предприятие.

Наиболее критическими отмечаются 2013 г. и 2016 г., когда число убыточных организаций транспорта достигло значения 1 833 и 1 834 единиц соответственно.

Ввиду того, что Республика Беларусь является одной из ведущих стран по продвижению цифровизации экономики, одним из возможных путей решения проблемы убыточности предприятий транспорта может стать создание или приобретение новой категории активов, именуемой «цифровые знаки».

С 2017 года оборот цифровых валют и токенов официально введен в Республике Беларусь. В декабре 2017 года был подписан Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики», который создал правовые условия для проведения операций с цифровыми знаками [2].

Наиболее распространенной цифровой валютой (криптовалютой) является биткоин (bitcoin). Стоимость биткоина выражается в американских долларах, соответственно курс биткоина привязан к курсу доллара.

С приходом в страну криптовалюты возникла необходимость правильного отражения в учете операций, связанных с ней. Для этого Министерство финансов Беларуси разработало Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» №16 от 06.03.2018 г.

Данный стандарт определяет, что цифровые знаки, полученные организацией, должны приниматься к бухгалтерскому учету в зависимости от способа их получения и предполагаемого назначения (таблица 3).

Таким образом, для учета цифровых знаков первоначально необходимо определить их принадлежность к группе цифровых знаков и затем выбирать счет для их отражения в учете.

Цифровые знаки принимаются к бухгалтерскому учету организации по первоначальной стоимости. Оборудование, используемое для майнинга, принимается к бухгалтерскому учету в качестве основного средства или как отдельный предмет в составе средств в обороте [3].

В рамках законодательства Республики Беларусь криптовалюта имеет стоимостное выражение, однако платежным средством не признается. По ст. 141 Гражданского кодекса Республики Беларусь, под деньгами в Беларуси понимается белорусский рубль, являющийся законным платежным средством, и иностранная валюта [4].

Таблица 3 – Корреспонденция счетов по учету цифровых знаков

Способ получения/Назначение	Дебет	Кредит
Осуществление удостоверяемых токенами прав	06 «Долгосрочные финансовые вложения» 58 «Краткосрочные финансовые вложения»	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» 91 «Прочие доходы и расходы»
Для последующей реализации	41 «Товары»	60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности»
Добыча в результате майнинга, вознаграждение за верификацию	43 «Готовая продукция»	20 «Основное производство»

Источник: собственная разработка на основе [2]

В свою очередь по Закону № 226–3 «О валютном регулировании и валютном контроле» (п. 4 ст. 1), под иностранной валютой понимаются денежные знаки в виде банкнот, казначейских билетов, монет, а также находящиеся на счетах в банках средства в денежных единицах иностранных государств валютой являются деньги, признанные и эмитируемые государствами [5].

Из этого следует, что криптовалюта является универсальным средством обмена. Понятие «универсальное» означает, что это средство может достаточно свободно участвовать в гражданском обороте при совершении любых покупок, в том числе в реальном мире. Особенность таких сделок заключается в том, что они оформляются как товарообменные операции, поскольку криптовалюта считается товаром, а не платежным средством. Это означает, что при расчете криптовалютой между сторонами необходимо заключение договора мены. Тогда 1% стоимости, уплаченный наличными денежными средствами, отражается как выручка от реализации, а 99% стоимости, равная некоторой части биткойна, отражается как краткосрочный актив, по которому необходимо уплатить НДС.

Заключение. Рассматривая финансовый результат предприятий Республики Беларусь, в частности предприятий транспорта, можно сказать, что число убыточных предприятий достаточно велико. Одним из путей повышения прибыли от хозяйственной деятельности могут стать доходы от операций с криптовалютой. Это говорит о том, что операции с использованием криптовалюты способны стать новой ветвью в хозяйственной деятельности предприятия на пути повышения своего дохода и впоследствии получения прибыли как конечного финансового результата.

Список цитированных источников

1. Медведева, И.В. Транспорт и связь в Республике Беларусь: статистический сборник / И.В. Медведева, И.С. Кангро, Ж.Н. Василевская, Е.И. Кухаревич, О.А. Довнар, Т.В. Лапковская, Е.М. Палковская, И.А. Мазайская. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь. 2018. – 114 с.

2. Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» и внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Министерства финансов Республики Беларусь: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 06.03.2018 г. № 16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W21832944&p1=1&p5=0> – Дата доступа: 01.05.2019.

3. О развитии цифровой экономики: Декрет Президента Республики Беларусь № 8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Pd1700008&p1=1&p5=0> – Дата доступа: 01.05.2019.

4. Гражданский Кодекс Республики Беларусь. – Минск: Национальный центр правовой информации РБ. – 2011 г. – № 241-3.

5. О валютном регулировании: Закон Республики Беларусь от 22.07.2003 № 226-3 (в ред. от 05.01.2016 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10300226> – Дата доступа: 01.05.2019.

УДК 336–161.1

Голуб М. П.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.

УЧЕТ КРИПТОВАЛЮТЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. Финансовые потоки внутри Беларуси стремительно перемещаются в цифровое пространство. С недавних пор в нашу страну пришел новый вид платежного средства – криптовалюта, а с 2017 г. оборот цифровых валют и токенов официально введен в Беларуси. В статье рассматривается понятие криптовалюты, проводится сравнительный анализ с выявлением отличительных особенностей криптовалюты и токенов, а также выявляются проблемы в учете цифровой валюты.

Основная часть. Криптовалюта представляет собой цифровую (виртуальную) валюту, не имеющую физического выражения [1]. Единица – «coin» (англ. «монета») [1]. Электронная валюта защищена от подделки: монета представляет собой зашифрованную информацию, скопировать которую невозможно.

Наиболее распространенной электронной валютой является криптовалюта Bitcoin. Информация о его транзакциях находится в глобальной общедоступной базе данных – Blockchain – цепочке блоков. Блоки – это данные о транзакциях, сделках и контрактах внутри системы, представленные в криптографической форме. Все блоки выстроены в цепочку, то есть связаны между собой. Для записи нового блока необходимо последовательное считывание информации о старых блоках.

Получить ту или иную криптовалюту можно путем майнинга — процесса добычи криптовалюты на свой кошелек с помощью мощных видеокарт. Во время майнинга криптовалюты на ПК, который подключён к интернету и задействован в криптовалютной системе, приходит информация в виде блоков, в которых содержится огромное количество алгоритмов, которые необходимо обработать и получить единственно правильное решение. Каждое решение – цифровая подпись для определённой информационной ячейки, находящейся в блоке.

Вся цепь распределена и поддерживается компьютерами по всему миру. Центрального сервера, который можно было бы сломать или взломать, не существует. Блокчейн публичный и очень надежный одновременно, так как

использует зашифрованные данные. Таким образом, блокчейн гарантирует проведение транзакций и хранит все данные о них.

Одновременно с приходом понятия «криптовалюта» пришло и понятие «токен» — запись в реестре блоков транзакций (блокчейне), которая удостоверяет наличие у владельца токена прав на объекты гражданских прав и (или) является платежной единицей. В сопоставлении с реальным миром, криптовалютные коины – это, например, американские доллары, а токены – это чипы в казино, жетоны в метро, купоны и т. д. По сути токен — это единица учета, цифровой двойник какого-то актива, т. е. это оцифровка определенной информации об активе и помещение ее в блокчейн [2].

Токены выпускаются организацией-эмитентом в ходе ICO – InitialCoinOffering (первичное размещение токенов), однако они не имеют своего блокчейна, а используют существующие платформы, например, Ethereum.

Купить токены можно через биржи, с рук или в ходе ICO. После ICO токены торгуются на биржах, где меняются в цене, причём рост цены ничем не гарантирован. Инвесторы могут ввести свои токены на биржу и обменивать их на другие криптоактивы или традиционные валюты, получая в случае роста стоимости токенов прибыль.

Криптовалютные проекты обычно ориентированы на создание нового платежного инструмента, в то время как токены нужны для совершения транзакций внутри определенного проекта. Т. е. криптовалюта без токена может существовать, токен без криптовалюты – нет. Так происходит из-за того, что токены базируются на определенном блокчейне, а криптовалюта – его составная часть. Токен как таковой криптовалютой не является.

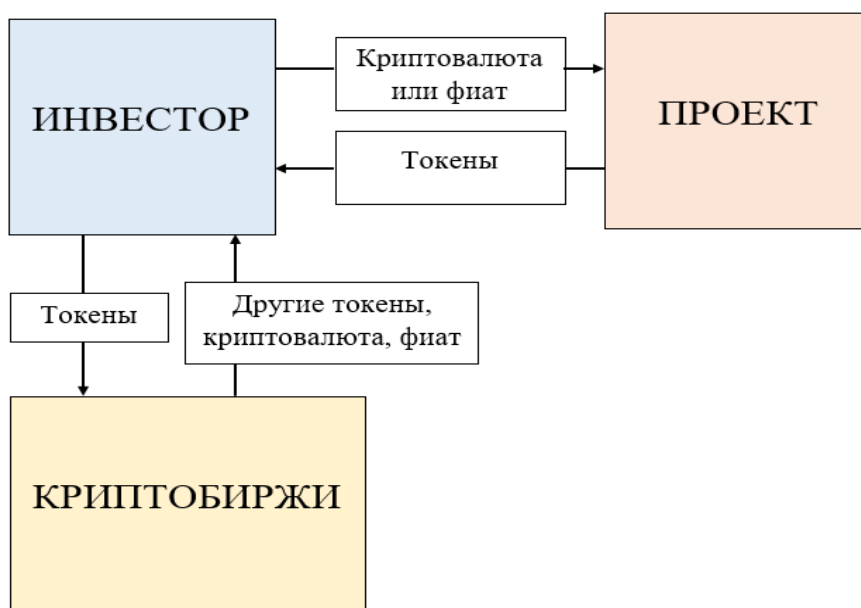


Рисунок 1 – Движение токенов и криптовалюты между ICO и криптобиржей

Источник: собственная разработка

Существуют разные группы токенов:

1) инвестиционные. Данная категория токенов дает право на получение дивидендов, а также право на процентные платежи. По своей экономической функции аналогичны акциям, облигациям или деривативам;

2) платежные токены выполняют функцию платежной единицы.

Токен и криптовалюта – это не одно и то же.

В декабре 2017 года Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики» создал правовые условия для проведения ICO и внедрения смарт-контрактов. Беларусь становится первой в мире юрисдикцией с комплексным правовым регулированием бизнесов на основе технологии блокчейн [3].

До 1 января 2023 года субъекты экономики освобождаются от налогообложения деятельности, связанной с криптовалютами и токенами, в том числе майнингом, в частности по сделкам по обмену токенов (криптовалют). Освобождение распространяется на налог на прибыль, НДС, налог при упрощенной системе налогообложения, подоходный налог с физических лиц [3].

Таблица 1 – Отличия криптовалюты и токена

Параметр	Криптовалюта	Токен
Эмиссия	добывается майнингом	выпускается организацией-эмитентом
Блокчейн	свой	выпущен на чужом блокчейне
Функции ценной бумаги	нет	есть в некоторых случаях
Возможность платить за транзакции	есть	нет

Источник: собственная разработка

С приходом в страну криптовалюты возникла необходимость правильного отражения в учете операций, связанных с ней. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» №16 от 06.03.2018 г. определяет, что токены, полученные организацией, должны приниматься к бухгалтерскому учету в зависимости от способа их получения и предполагаемого назначения [4]:

- цифровые знаки, приобретенные для осуществления удостоверяемых токенами прав (например, токены-акции, кредитные токены, которые удостоверяют выданный эмитенту займ) — по дебету счетов 06 «Долгосрочные финансовые вложения», 58 «Краткосрочные финансовые вложения» и кредиту счетов 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», 91 «Прочие доходы и расходы»;

- токены, приобретенные для последующей реализации — по дебету счета 41 «Товары» и кредиту счетов 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности»;

- токены, которые были добыты в результате майнинга или получены в качестве вознаграждения за верификацию (подтверждение подлинности данных с помощью цифровой подписи) в процессе совершения операций в блокчейне— принимаются к бухучету по дебету счета 43 «Готовая продукция» и кредиту счета 20 «Основное производство»;

- собственные токены, созданные организацией на основе платформы (площадки) для размещения, к бухгалтерскому учету организации не принимаются. Эфириум (Ethereum) является самой популярной платформой для создания собственных токенов.

Таким образом, для учета токенов первоначально необходимо определить их принадлежность к группе токенов и затем выбирать счет для их отражения в учете.

Токены принимаются к бухгалтерскому учету организации по первоначальной стоимости.

Оборудование, используемое для майнинга токенов, принимается к бухгалтерскому учету как основное средство или как отдельный предмет в составе средств в обороте. К затратам при получении криптовалюты и токенов относится амортизация оборудования и программного обеспечения, заработная плата с отчислениями майнера, затраты на электроэнергию. Ввиду того, что криптовалюта и токен не одно и то же, появляется проблема в неверном или некорректном представлении информации в законодательных актах. В Приложении 1 Декрета №8 дается определение понятию «криптовалюта — биткоин, иной цифровой знак (токен), используемый в международном обороте в качестве универсального средства обмена», т. е. здесь понятия «криптовалюта» и «токен» представлены как идентичные цифровые знаки, что является неверным [4].

Также в приложении говорится, что «лицо, осуществляющее майнинг, становится владельцем цифровых знаков (токенов), возникших в результате его деятельности по майнингу», что также ошибочно. Токены не майнятся, а выпускаются эмитентом. Для решения данной проблемы необходимо внести корректировки в уже существующее законодательство по регулированию цифровой экономики в Республике Беларусь или создать отдельные нормативно-правовые акты для регулирования размещения криптовалюты. Однако второй способ применять нецелесообразно, т. к. большинство положений по регулированию токенов по своей сути применимы и к криптовалюте. При этом для учета криптовалюты счета 06 и 58 использовать недопустимо, т. к. криптовалюта не имеет функции ценной бумаги.

Одними из первых в Беларуси биткоины к оплате начала принимать сеть шинных сервисных центров TYREPLUS, а затем и магазин техники ApplesafeConnect. В обеих компаниях платежи проходят через криптовалютный «терминал» ConPay.

Терминал ConPay – это программа, которая устанавливается на компьютер или мобильное устройство и не требует никаких специальных условий эксплуатации. Аккаунты покупателей, продавцов и организаций объединяются в блокчейн-сеть, но нигде не нужно регистрироваться. В приложении можно создать кошельки как с криптовалютой, так и обычными (фиатными) деньгами.

Для работы с терминалом продавцу нужно выбрать нужный вид криптовалюты и валюту своей страны. Затем продавец вводит каталог своих услуг/товаров и устанавливает для них стоимость в фиатных средствах. Приложение автоматически конвертирует фиатные суммы в заданные криптовалюты на основе курсов на криптобиржах.

Схема оплаты такая: формально покупатель оплачивает 1% стоимости товара белорусскими рублями, а на 99% получает скидку, которая привязана к платежу в биткоинах. В товарном чеке указывается скидка 99%, которая привязана к платежу в биткоинах. В налогооблагаемой базе компания заявляет 100% суммы товарного чека или заказ-наряда, предоставленного клиенту. В бухгалтерском учете 99% выручки, полученной в криптовалюте, отображается как краткосрочные активы.

При заказе онлайн продавец пересылает покупателю QR-код с зашитым адресом для оплаты и суммой. Покупатель считывает код и делает транзакцию. Завершение транзакции в среднем происходит через 10 минут, покупателю выдается гарантийный чек.

Однако криптовалюты по своей сути не являются деньгами в понимании нашего законодательства. По ст. 141 Гражданского кодекса Республики Беларусь, под деньгами в Беларуси понимается белорусский рубль, являющийся

законным платежным средством, и иностранная валюта [5]. А по Закону № 226–3 «О валютном регулировании и валютном контроле», под иностранной валютой понимаются денежные знаки в виде банкнот, казначейских билетов, монет, а также находящиеся на счетах в банках средства в денежных единицах иностранных государств [6].

Декрет № 8 не предусматривает возможности совершать сделки по обмену токенов на объекты гражданских прав иные, чем белорусские рубли, иностранная валюта, электронные деньги, другие токены [3].

Заключение. Таким образом, в рамках законодательства Республики Беларусь криптовалюта имеет стоимостное выражение, однако платежным средством не признается. Криптовалюта является универсальным средством обмена, а значит, что это средство может достаточно свободно участвовать в гражданском обороте при совершении любых покупок, в т. ч. в реальном мире. Такие сделки оформляются как товарообменные операции, поскольку криптовалюта считается товаром, а не платежным средством.

Это означает, что при расчете криптовалютой между сторонами необходимо заключение договора мены. Тогда 1% стоимости, уплаченный наличными денежными средствами, отражается как выручка от реализации, а 99% стоимости, равная некоторой части биткоина, отражается как краткосрочный актив, по которому необходимо уплатить НДС. Несмотря на стремительное развитие цифровой экономики, не следует забывать, что биткоин является экспериментальной новой валютой, которая находится в активной разработке. И, хотя она становится все менее и менее экспериментальной по мере того, как растет ее популярность, следует все же иметь в виду, что Биткойн - новое изобретение, использующее ранее не применявшиеся принципы. Соответственно, будущее этой валюты непредсказуемо.

Список цитированных источников

1. Цифровая экономика – шанс для Беларуси : моногр. / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик
2. Bitcoin (Биткойн) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/-term/bitcoin>
3. О развитии цифровой экономики: Декрет Президента Республики Беларусь №8 от 21.12.2017 г.
4. Цифровые знаки (токены): Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности №16 от 06.03.2018 г.
5. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г. №218-3 (в ред. от 17.07.2018 г.)
6. О валютном регулировании и валютном контроле: Закон № 226–3 от 22.07.2003 г. (в ред. от 05.01.2016 г.)

УДК 338.242.2

Гончарова А. А., Калиновская Ю. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Шишко Е. Л.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛЁНОЙ» ЛОГИСТИКИ

С давних времен в человеческом обществе развивалась экономика, и имела она только положительные последствия. Однако с появлением промышленности и транспорта проявилась и негативная сторона экономики. Современная

менные тенденции интеграции и глобализации способствуют активному развитию предприятий, однако в погоне за успехом многие забывают об окружающей среде. Большинство специалистов считают загрязнение окружающей среды, истощение природных ресурсов и ухудшение общей экологической обстановки результатом безответственной хозяйственной деятельности человека, но и логистика как сфера практической деятельности вносит свой негативный вклад в этот процесс. Поэтому, чтобы соответствовать требованиям времени и технологического развития, логистика должна отвечать такому параметру, как экологичность. Перспективным направлением, отвечающим всем этим требованиям, можно назвать «зеленую» логистику.

Под «зеленой» логистикой понимаются все попытки измерить и минимизировать влияние логистической деятельности на экологию. В логистическую деятельность входят действия, связанные с прямыми и обратными потоками продукции, информации и услуг между точкой отправления и пунктом потребления. Главной целью данного процесса является создание устойчивой рыночной стоимости компании на основе балансов экономической и экологической эффективности. Понятие «зелёная логистика» появилось в 80-х годах и подразумевает под собой комплекс логистических систем и подходов, при которых используются передовые технологии и оборудование, благодаря которому появляется возможность свести к минимуму ущерб для окружающей среды во время логистических операций [1].

Термин «зелёная» логистика произошёл «логистики», что является ключом новой транспортной системы, в которой используются современные технологии для оправдания второй части понятия. Это наиболее общее и собирательное определение, ведь за все время существования этого понятия ученые так и не смогли определиться с его точной трактовкой [2]. Одни считают, что это транспортная система, наносящая наименьший вред окружающей среде, другие – инновационный подход в логистике, третьи – подход с применением новых технологий. Но главной целью «зеленой» логистики так или иначе является забота об окружающей среде. Синонимом термина «зеленая логистика» является термин «экологическая логистика (экологистика)». Появление такой логистики было обусловлено множеством факторов, наиболее существенными из которых являются:

- строительство объектов логистической инфраструктуры сопровождается массовой вырубкой лесонасаждений, повреждением почвенного слоя, нарушением экосистем грунтовых вод;
- применение устаревших методов организации производственных процессов способствует загрязнению воздуха, воды и почвы вредными отбросами;
- применение транспортных средств, не соответствующих современным требованиям, оказывает шумовые и вибрационные воздействия.

Многие европейские страны придерживаются принципов «зеленой» логистики. Основной нормативной базой для них служит принятая Евросоюзом в 2011 году «Белая книга», благодаря которой компании стараются создать наиболее конкурентоспособную и ресурсоэффективную транспортную систему. Одним из примеров является деятельность немецкой логистической компании «Schenker», которая в рамках программы «EcoPlus» использует для транспортных перевозок электровозы, снабжаемые электроэнергией с возобновляемых источников энергии. Также «зеленая» логистика развивается благодаря внедрению «зеленых» технологий в повседневную жизнь людей. Например, с целью снижения числа отходов, которые накапливаются на го-

родских свалках, в оборот были введены эко-пакеты и эко-сумки. Их можно приобрести в торговых сетях «Евроопт», «Корона» (Беларусь); «Перекресток», «Карусель» (Россия).

Долгое время «зеленая» логистика не находила применения в Беларуси, ведь, как правило, забота об окружающей среде приводит лишь к увеличению логистических издержек. В целом можно вывести ряд несоответствий, так называемых парадоксов:

1. Расходы. Основной целью логистики являются сокращение затрат, в частности, транспортных расходов, а в «зеленой» логистике соблюдать это гораздо сложнее. Когда речь идет о заботе окружающей среды, акцент делается на транспортировку, производство и материалы, которые не повредят ей, а они, следовательно, и стоят дороже.

2. Время. В логистике время является ключевым показателем. За счёт сокращения времени, потраченного на управление потоком, эффективность системы распределения увеличивается. В основном это достигается за счёт оптимального выбора транспортных средств. Временные ограничения сами по себе являются результатом повышения гибкости производственных систем организации и сектора розничной торговли. Логистика предполагает под собой оказание услуг по принципу «от двери до двери», которая сочетается с системой поставок «точно в срок». Используя логистические стратегии и принципы «Just-In-time» и «door-to-door», проблемы, связанные с негативными экологическими последствиями, не решаются, а наоборот, создаются в большем количестве.

3. Надежность. Также одним из главных принципов логистики является надежность. Принцип основан на способности доставлять груз с наименьшей тратой времени и наибольшим уровнем сохранности перевозимого груза. Логисты чаще всего прибегают к использованию тех способов перевозки, которые являются самыми надежными и безопасными для груза и оптимальными по времени, но, как правило, именно они оказывают наибольшее отрицательное влияние на окружающую среду.

4. Складские услуги. Современные логистические системы заинтересованы в сокращении запасов, т. е. все произведенное должно сразу идти в оборот, а не лежать без дела на складах. Но для того, чтобы воплотить эту идею в жизнь полностью, необходимо время, моментально поменять все невозможно. В итоге, неорганизованная и несогласованная складская логистика приводит к заторам на дорогах, переложению основной нагрузки на транспортную логистику и, соответственно, загрязнению окружающей среды.

5. Информационные технологии. Именно информационные технологии вывели розничную торговлю на совершенно новый уровень в плане размеров. Одним из наиболее динамично развивающихся рынков является рынок электронной коммерции. Появилась возможность существования интегрированных цепей поставок, в которых большое внимание уделяется обмену данных между поставщиками, конвейером и экспедиторами [3].

Можно сказать, что «зеленая» логистика достаточно невыгодна, потому что времени и расходов уходит на нее в разы больше, чем на обычную. Но в такой ситуации уже приходится выбирать: или быстро и качественно функционирующий логистический сервис, или все тот же логистический сервис с чуть большими затратами, но не приносящий вреда окружающей среде.

Все-таки в настоящее время большинство компаний выбирают именно «зеленую» логистику. Если на предприятии отходы производства и упаковки

минимизированы, а также применяются идеи рециклинга, что, в свою очередь, снимет часть расходов с потребителей готовой продукции, в стоимость которой включены потери предприятия от неэффективного использования ресурсов, то такое предприятие смело можно отнести к числу тех, кто эффективно использует принадлежащие им ресурсы. Именно поэтому компании стремятся внедрить экологическую логистику и сделать ее одним из ключевых направлений развития своего бизнеса. Так, к перерабатываемым материалам в первую очередь относят бумагу, металлы, пластик, стекло, доменные шлаки, резинотехнические изделия, отработанные ГСМ, строительный мусор и органические отходы. В Беларуси на улицах городов установлены специальные контейнеры для разделения отходов, которые затем отправляются на отходооперерабатывающие заводы, такие как «РесайклПро» в Минске, группа компаний БКС в пяти городах Беларуси, унитарное предприятие «РеПлас-М» в Могилеве и др.

Результатом применения экологической логистики и «зеленых» принципов построения цепей поставок могут быть такие результаты, как:

1) рациональное использование всех ресурсов предприятия: использование оборотной тары и ее вторичная переработка, снижение энергорасходов за счет теплоизоляции складов и применения солнечных батарей, отказ от бумажного документооборота, планирование оптимальных маршрутов;

2) повышение уровня экологической безопасности, снижение уровня наносимого урона окружающей среде за счет применения всех вышеперечисленных методов и технологий «зеленой» логистики;

3) повышение мотивации предпринимателей с помощью нормативных актов;

4) экологическое обучение персонала (уже применяется во многих компаниях, ориентированных на развитие зеленых технологий);

5) повышение осведомленности и мотивации потребителей [4].

Анализируя отношение к экологической логистике, можно сделать вывод, что в Беларуси, как и во всем мире, устойчиво растет интерес к внедрению «зеленых» технологий. Это значит, что нужно более подробно изучать и в дальнейшем развивать этот вид логистики. «Зеленая» логистика положительно влияет не только на окружающую среду, но и на государство и общество в целом.

Список цитированных источников

1. Омельченко, И. Н. Основные направления развития логистики XXI века: ресурсосбережение, энергетика и экология / И. Н. Омельченко, А. А. Александров, А. Е. Бром, О. В. Белова // Гуманитарный вестник. – 2013. – Вып. 10. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hmbul.bmstu.ru/catalog/econom/log/118.html> – Дата доступа: 24.02.2019.

2. Зеленая логистика как составляющая концепция общей ответственности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/zelenaya-logistika-kak-sostavlyayuschaya-kontseptsii-obschey-otvetstvennosti> – Дата доступа: 15.03.2019.

3. Зеленая логистика в организации и ее парадоксы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://novainfo.ru/article/6047> – Дата доступа: 24.01.2019.

4. Развитие принципов зеленой логистики в Беларуси: возможности и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.belstu.by/bitstream/123456789/18231/1/razvitie-principov-zelenoi-logistiki-v-belarusi-vozmozhnosti-i-perspektivy-rasolko-e.-s.-polyakovich-v.-v.pdf> – Дата доступа: 20.02.2019.

ПОТЕНЦИАЛ БЕЛАРУСИ В ОБЛАСТИ ТРАНСПОРТНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

В Беларуси транспорт является базовой отраслью страны. Он формирует инфраструктуру экономики и обеспечивает взаимосвязь всех ее элементов. Ему принадлежит важная роль в процессе общественного производства, так как обязательным элементом осуществления транспортного процесса является перевозка сырья, материалов, полуфабрикатов и готовой продукции.

Беларусь – это важнейшая транспортная артерия евразийского пространства. Ежегодно через территорию Беларуси следует около 100 млн тонн европейских грузов. Доля транспортной отрасли в ВВП на 2019 составила 5,7% (для сравнения: на 2011 составила 5,1%).

Транспортный комплекс страны удерживает доминирующее положение в зарубежной торговле услугами, а также является одним из основных источников поступления валюты в страну.

На развитие логистических систем большое влияние оказывает развитость дорожной сети. От уровня дорог и их состояния непосредственно зависят валовой национальный продукт страны, уровень цен, доходы государственного бюджета, степень занятости населения, приток инвестиций и другие экономические показатели. Стоимость проблемы бездорожья для государства можно определить как общую сумму потерь и упущенной выгоды, связанных с недостаточным развитием автодорожной сети и ее техническим состоянием.

Рост автомобильных перевозок в значительной степени определяется развитием и состоянием дорожной сети, ее надежностью, экономичностью.

При этом важна не только мощность, бесперебойность транспортной системы, но и качество услуг, их доступность.

Общая протяженность дорог – это первый и значимый показатель для страны, так как от этого показателя зависит количество перевозок, осуществляемых за год, доход государственного бюджета и привлекательность страны для развития логистических систем. Так же это связано с площадью страны. Общие площади Беларуси, Украины и Польши равны 207 595 км², 603 700 км², 312 679 км² соответственно. С учетом этих данных можно проследить четкую зависимость общей протяженности дорог страны и ее общей площади.

Плотность дорожной сети – второй наиболее важный показатель для страны. Это отношение длины всей дорожной сети к территории страны. Дорожная сеть включает все дороги в стране: автомагистрали, шоссе, основные или национальные дороги, вторичные или региональные дороги и другие городские и сельские дороги.

Плотность белорусской дорожной сети общего пользования составляет 419 км на 1 тыс. км² территории и является одной из самых высоких среди стран-участниц Содружества независимых государств.

Плотность автомобильных дорог в Польше составляет 853 км на 1 тыс. км² территории. Такой высокий показатель характеризуется европейским уровнем стандартов и развитостью логистических перевозок.

Плотность автомобильных дорог в Украине составляет 213,25 км на 1 тыс. км² территории, что в 4 раза меньше европейских показателей. Это обусловлено

рядом факторов: состоянием государственного бюджета страны, общей площадью государства и развитостью дорожного строительства в стране.

При возможности выбора страны для осуществления перевозки перевозчик уделяет немало внимания такому показателю как состояние автомобильных дорог, так как перевозка на дальние расстояния требует хорошего технического состояния автомобиля. Для этого перевозчик вкладывает большие суммы в амортизацию имеющихся у него транспортных средств. При плохом состоянии дорог транспортное средство имеет большую вероятность поломки, поэтому перевозчику выгоднее выбрать более длинное расстояние с хорошим дорожным покрытием.

На первом месте по состоянию дорог находится Польша, так как на ее территории действуют европейские стандарты и дорожное строительство развито на очень высоком уровне. Качество польских автобанов и скоростных дорог ощутимо отличается от наших отечественных, так как в Польше старые дороги незамедлительно ремонтируются и строятся новые автобаны. Так же Польша наиболее благоприятна для ночного движения, так как при дорожном строительстве используется качественная краска для нанесения разметки, что уменьшает вероятность дорожно-транспортного происшествия.

На втором месте - Республика Беларусь. По результатам проводимых ежегодно диагностике и сезонных осмотров автомобильных дорог на республиканских автодорогах выполнение ремонтных мероприятий требуется на 30% протяженности дорог и 43% мостовых сооружений.

По итогам 2019 года показатель по капитальному ремонту дорог выполнен на 48,3% (отремонтировано 72,5 км дорог), по капитальному ремонту мостов – на 83,5% (1 085,6 пог.м мостов).

И на третьем - Украина. Свыше 150 тыс. км из 170 тыс. км дорожной сети общего пользования Украины требуют капитального и текущего ремонтов или реконструкции.

На сегодняшний день по территории Украины проходят семь международных и национальных транспортных коридоров, однако имея высокий индекс транзитности, но из-за неудовлетворительного состояния дорог Украина не использует и половины собственного транспортного потенциала.

BelToll – это система платных дорог, которая действует в Республике Беларусь, она была введена в коммерческую эксплуатацию 1 августа 2013 года и действует по сей день. Общая протяженность платных дорог составляет 1 613,6 км.

Несмотря на большое количество груза, проходящего через территорию нашей страны, транспортный потенциал Беларуси до конца не реализован: транспортные коридоры республики имеют загрузку не более чем на 25-40% от их реальной пропускной способности.

Зарубежные компании-перевозчики заинтересованы в перевозке грузов через территорию страны с учетом насыщенного грузопотока между Европой и Россией.

Беларусь. Трансъевропейские транспортные коридоры

Республика Беларусь находится на перекрестке основных транспортных маршрутов. Она связывает государства Западной Европы с Востоком, регионы Черноморского побережья со странами Балтийского моря. Территорию Беларуси пересекают 2 трансъевропейских транспортных коридора, определенных по международной классификации под номером II (Запад – Восток) и под номером IX (Север – Юг) с ответвлением IX В.

Автомобильная дорога М-1/Е30 Брест – Минск – граница Российской Федерации является участком трансъевропейского транспортного коридора II Берлин – Варшава – Минск – Москва – Нижний Новгород, соединяющего Германию, Польшу, Беларусь и Россию. Этот транспортный коридор определен Европейским союзом как высший приоритет среди трансъевропейских транспортных коридоров в связи с важным значением проходящих по нему торговых потоков между Востоком и Западом. Его протяженность на территории республики составляет 610 км. Интенсивность движения на отдельных участках этой автомобильной дороги достигает 8500-10000 автомобилей в сутки.

Большей ее части придан статус дороги для автомобилей, а значит, здесь увеличена разрешенная максимальная скорость движения до 120 км/ч, что позволило увеличить пропускную способность дороги, улучшить экологическую обстановку.

Автомобильная дорога М-8/Е95 граница Российской Федерации – Витебск – Гомель – граница Украины пересекает территорию республики с севера на юг, протяженность- 456 км и является участком трансъевропейского транспортного коридора IX, который соединяет Финляндию, Литву, Россию, Беларусь, Украину, Молдову, Румынию, Болгарию и Грецию. Ответвление этого коридора IXБ Гомель – Минск – Вильнюс – Клайпеда – Калининград имеет протяженность по территории Беларуси 468 км и обеспечивает выход грузовладельцев из областей Восточной Украины и Центральной России к специализированным морским портам Клайпеды(Литва), Вентспилса(Латвия) и Калининграда.

Важнейшим по своему народно-хозяйственному значению и сложнейшим по техническим решениям объектом дорожного строительства Беларуси стала реконструкция за рекордно сжатые сроки автомобильной дороги М-9 Кольцевой дороги вокруг Минска, которая является участком ответвления трансъевропейского транспортного коридора IX В. В результате эта автодорога, протяженностью 56,2 км, имеет 6 полос движения (по 3 в каждом направлении), 29 мостов и путепроводов, 19 надземных и подземных пешеходных переходов. Следует отметить, что на участках трансъевропейских транспортных коридоров, которые проходят по территории республики, имеется сеть объектов дорожного сервиса. Расширению объема и повышению качества оказываемых услуг государство уделяет особое внимание, а приоритетом в данной области является строительство комплексов с полным набором сервисных услуг.

Выводы

Как было сказано ранее, Беларусь имеет выгодное географическое положение. Транспортные коммуникации играют важную роль в разных сферах функционирования нашей страны. Но для поддержания и повышения эффективности транспортных коммуникаций следует учесть некоторые моменты:

1. Улучшение качества дорог.
2. Повышение пропускной способности.
3. Контроль за выполнением своевременного ремонта дорог.

Список цитированных источников

1. <http://investinbelarus.by/focus-industries/transport-and-logistic>
2. <http://belavtostrada.by/o-sisteme-beltoll>
3. http://belarusfacts.by/ru/belarus/economy_business/key_economic/transport_and_communications
4. <http://www.mintrans.gov.by/ru>

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА УСЛУГ

Целью данной работы является изучения преимущество в бизнесе полученное тем, кто одним из первых сможет подключиться к процессу глобальной цифровой трансформации.

Появление сложных цифровых технологий перевернуло традиционный способ общения, сотрудничества и ведения бизнеса. С использованием современных интеллектуальных данных организациям необходимо осваивать новый мир цифровых технологий, путешествуя по пути цифровой трансформации.

Как ступенчатая программа улучшения бизнеса для людей, процессов и инструментов, цифровая трансформация направлена на максимизацию потенциального вклада бизнеса в онлайн-технологии и медиа. В то время как многие организации уже начали преобразование, другие изо всех сил пытаются сдвинуться с мертвой точки.

Цифровая трансформация — это внедрение современных технологий в бизнес-процессы предприятия. Этот подход подразумевает не только установку современного оборудования или программного обеспечения, но и фундаментальные изменения в подходах к управлению, корпоративной культуре, внешних коммуникациях. В результате повышаются производительность каждого сотрудника и уровень удовлетворенности клиентов, а компания приобретает репутацию прогрессивной и современной организации [1].

Цифровизация процессов актуальна не только на уровне отдельных предприятий: целые отрасли выбирают для себя этот путь развития как единственную возможность соответствовать стремительно меняющимся условиям окружающего мира. Благодаря этому, цифровая трансформация промышленности, розничной торговли, государственного сектора и других сфер уже сегодня меняет жизнь каждого человека и каждой компании.

Цифровая трансформация сегодня является неизбежным явлением, непосредственно определяющим конкурентоспособность, при этом она оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на бизнес. В ближайшем будущем преимущество в бизнесе получит тот, кто одним из первых сможет подключиться к процессу глобальной цифровой трансформации. Множество цифровых каналов и способов связи пользователя с компанией позволяют собирать и изучать огромное количество данных о предпочтениях клиентов [2].

Республика Беларусь в свою очередь успешно внедрила в 2018 году многие процессы, а именно:

- значительная часть документооборота переведена в электронную форму,
 - сформированы базовые компоненты электронного правительства,
 - автоматизировано представление государственной статистической и налоговой отчетности,
 - внедрены электронные счета-фактуры,
 - электронная система фискализации налоговых процедур,
 - система маркировки товаров,
 - созданы условия для электронного взаимодействия государства и бизнеса
- и т. д.

Цифровая трансформация все больше входит в сферу бизнеса и в жизнь каждого белоруса в целом, улучшая обычные бизнес-процессы и целые рынки [4]. Такие примеры на рисунок 1.

- IoT или интернет-вещей

Позволяют людям использовать IoT-устройства, соединяясь с ними и контролируя их посредством панели инструментов, такой как мобильное приложение. К пультам управления относятся смартфоны, планшеты, ПК, умные часы, телевизоры и нетрадиционные пульты.

- Платёжная система (Payment system)

Это набор определенных правил, технической инфраструктуры и процедур, переводящий долг перед одними физическими либо юридическими лицами к другим без использования наличных средств.

- Blockchain

Это технология, на базе которой построен Bitcoin. Но есть, пожалуй, десятки других способов использования блокчейна в отрыве от криптовалют. Некоторые называют блокчейн главным технологическим прорывом со времен изобретения интернета.

- Computer security

Кибербезопасность - это практика защиты систем, сетей и программ от цифровых атак. Эти кибератаки обычно нацелены на доступ, изменение или уничтожение конфиденциальной информации; вымогательство денег у пользователей; или прерывание нормальных бизнес-процессов.

- Broadband networks

Широкополосный Интернет-сервис действительно является наиболее используемой формой доступа в Интернет из-за его высокой скорости доступа; это предлагается в четырех различных формах, DSL (или Цифровая абонентская линия), также волоконно-оптический, кабельный и спутниковый.

- Virtual reality

Виртуальная реальность (VR) буквально позволяет испытать что угодно, где угодно и когда угодно. Это самый захватывающий тип технологии реальности, способный убедить человеческий мозг, что он где-то на самом деле не тот. Головные дисплеи используются с наушниками и ручными контроллерами для обеспечения полного погружения.

- LTE

Стандарт беспроводной высокоскоростной передачи данных для мобильных телефонов и других терминалов, работающих с данными.

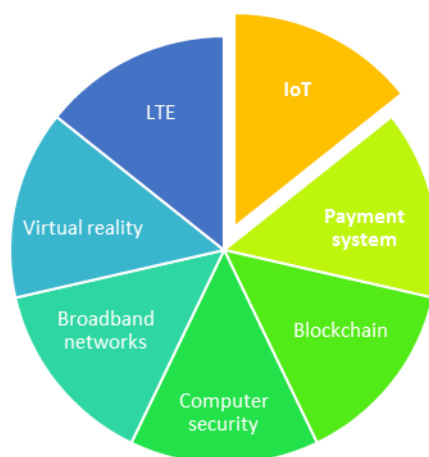


Рисунок 1 – Современные технологические тренды

Среди стран СНГ Беларусь одна из первых на законодательном уровне утвердила соответствующую государственную программу (Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы). По такому же пути пошли и другие страны СНГ [3].

Данная программа заключается в следующем и полностью направлена на развитие информационно-коммуникационных технологий, а именно информационно-коммуникационная инфраструктура, инфраструктура информатизации, цифровая трансформация.

Самым значимым внедрением в 2018 года в июле было «Создание Белорусской интегрированной сервисно-расчетной системы». Также надо отметить проект «Национальный портал открытых данных». Данный электронный портал включает в себя данные о режиме работы общественных учреждений, графиках движения всех видов транспорта, информацию по услугам ЖКХ [3].

В 2017 г. Беларусь заняла в Индексе развития информационно-коммуникационных технологий МСЭ 32 место при индексе в 7,55 балла. Среди группы стран ЕАЭС Республика Беларусь имеет наилучший показатель и 32 место в рейтинге, далее следует Российская Федерация, она расположилась на 44 месте со значением показателя 7,07. Далее следует Казахстан (52 место; 6,79), Армения (75 место; 5,76) и Кыргызстан (109 место; 4,37). Значение Индекса развития ИКТ в Беларуси за год увеличилось на 3,57%, наибольшие улучшения в процентном соотношении в группе стран ЕАЭС наблюдаются в Кыргызстане (7,64%) и Армении (3,60%) [3]. Из чего же формируется данный индекс и что на него влияет (рисунок 2).

№ п/п	Суб-индексы и индикаторы	Величина
Суб-индекс «Доступ к ИКТ»		7,87
1	Количество абонентов стационарных телефонных линий на 100 чел.	49,0
2	Количество абонентов мобильной связи на 100 чел.	124,2
3	Пропускная способность сети Интернет (бит/с на 1 Интернет-пользователя)	168 518
4	Процент домохозяйств, имеющих компьютер	67,0
5	Процент домохозяйств, имеющих доступ к сети Интернет	62,5
Суб-индекс «Использование ИКТ»		6,54
6	Процент пользователей сети Интернет	71,1
7	Абоненты широкополосного Интернета на 100 чел.	33,3
8	Абоненты беспроводных сетей на 100 чел.	69,5
Суб-индекс «Навыки ИКТ»		8,93
9	Средняя продолжительность обучения	12,0
10	Совокупная доля учащихся средней школы	107,1
11	Совокупная доля учащихся высшей школы	87,9

Рисунок 2 – Суб-индексы и индикаторы ИКТ [5]

Проанализировав все вышесказанное, можно утверждать, что наша страна вплотную приблизилась к выполнению цели, определенной Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г.: войти в топ-30 стран по уровню развития ИКТ [5].

Для продвижения Республике Беларусь и усовершенствования рынка цифровых услуг нужно развивать такие области, в которых правительство может подавать пример и продвигать спрос на цифровые услуги, - это образование и обучение, здравоохранение и предоставление государственных услуг в Интернете.

Сегодняшняя проблема не в том, использовать ли Интернет в образовании, а как сделать это эффективно. Для этого нам необходимо:

- Отраслевые направления

Преобразование приоритетных отраслей экономики и социальной сферы, включая здравоохранение, образование, промышленность, сельское хозяйство, строительство, городское хозяйство, транспортную и энергетическую инфраструктуру, финансовые услуги, посредством внедрения цифровых технологий и платформенных решений

- Кадры для цифровой экономики

Совершенствование системы образования, которая должна обеспечивать цифровую экономику компетентными кадрами. Трансформация рынка труда, который должен опираться на требования цифровой экономики. Создание системы мотивации по освоению необходимых компетенций и участию кадров в развитии цифровой экономики

- Нормативное регулирование

Формирование новой регуляторной среды, обеспечивающей благоприятный правовой режим для возникновения и развития современных технологий, а также для осуществления экономической деятельности, связанной с их использованием

- Информационная инфраструктура

Развитие сетей связи, развитие системы центров обработки данных, внедрение цифровых платформ работы с данными для обеспечения потребностей граждан, бизнеса и власти.



Рисунок 3 – Интегрирование цифровой платформы

Новые технологические платформы создают эффект масштабирования.

Цифровая трансформация помогает компаниям охватить больше потребителей, т. к. практически у каждого жителя на данный момент есть гаджет. Организации, основанные на цифровых технологиях, создают на базе технологические платформы, в свою очередь позволяют соединить воедино продавца и покупателя, предоставляя ему огромный спектр продуктов, которые он может купить, что в свою очередь повышает доход за счет масштабирования.

Благодаря подключенным технологиям платформы теперь могут способствовать обмену ценностями, создаваемыми децентрализованными сетями частных лиц. Результатом является то, что современные платформенные компании могут содействовать обменам в беспрецедентных масштабах.

На сегодняшний день три наиболее успешные платформы - это Google, Apple и Facebook. Количество платформ на вершине экономики быстро растет. В 2017 году четыре из пяти ведущих участников списка самых ценных брендов Forbes были компании-платформы, а также одиннадцать из двадцати лучших. А по состоянию на начало 2018 года пять крупнейших компаний по рыночной капитализации - все платформы [6].

Платформы стоят больше, чем линейный бизнес. Согласно исследованию, инвесторы ценят платформы выше, чем их линейные эквиваленты. Если посмотреть на S & P 500, то предприятия, для которых платформа является значительной частью их бизнеса, имеют средний доход, кратный 8,9. Напротив, линейные предприятия оцениваются в два-четыре раза выше среднего дохода, в зависимости от их бизнес-модели. Другое исследование обнаружило аналогичный разрыв в оценке между платформами и линейным бизнесом. [7]

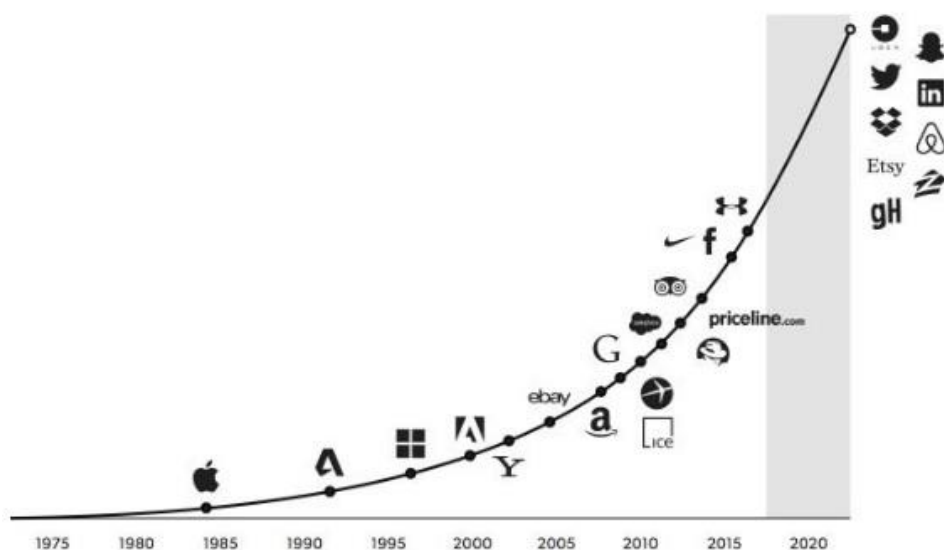


Рисунок 4 – Платформа бизнеса в S & P 500 за последние сорок лет [7]

Этот разрыв на самом деле увеличивается с течением времени, и есть веская причина. Платформы работают лучше, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе по ключевым финансовым параметрам. Например, они обеспечивают более быстрый рост, лучшую отдачу от капитала и большую норму прибыли. В результате, с начала 2000-х платформы быстро обогнали другие бизнес-модели на вершине экономики.

Согласно текущим тенденциям, к 2020 году платформы будут составлять около 5 процентов от общего S & P 500. Они также находятся на пути к тому, чтобы составить большинство главных оценок S & P 500 в течение следующих пяти-десяти лет [7].

Список цитированных источников

1. Райков, А. Н. Ловушки для искусственного интеллекта // Экономические стратегии. 2016.
2. Мифы цифровой трансформации: БИТ 06.2018 - Журнал БИТ.
3. Инновационный уровень развития сектора информационно-коммуникационных технологий в Республике Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/bv/articles/10441.pdf> – Дата доступа: 02.10.2017.
4. III Белорусский ИКТ Саммит. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tibo.by/ru/osnovnye-meropriyatiya-foruma/> – Дата доступа: 01.04.2019.
5. Беларусь в Индекс развития информационно-коммуникационных технологий // ГУ «БелИСА» на основе данных Measuring the Information Society Report 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ICT BY.pdf
6. Forbes. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/finansy>
7. S&P 500 (SPX)/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investing.com/-indices/us-spx-500> – Дата доступа: 01.05.2019.

УДК 338.48

Демко А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Бунько С. А.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В БРЕСТСКОМ РЕГИОНЕ

В современных условиях туризм рассматривается в качестве приоритетного направления развития практически во всех странах, поскольку позволяет обеспечить увеличение создаваемой добавленной стоимости, создание новых рабочих мест и повышение уровня жизни населения без истощения природных ресурсов. Кроме того, развитие туризма может стать источником развития других отраслей хозяйства: строительства, торговли, промышленности, связи и т. д. Несмотря на то, что ежегодно растет емкость туристического рынка, увеличивается и уровень конкуренции на данном рынке, который стимулирует страны и регионы выходить за рамки традиционных видов туризма и расширять предложение на рынке за счёт диверсификации туристского продукта.

В последнее время одним из направлений развития туристической деятельности в странах Западной Европы стала организация экскурсий на различные производства, которое получило название «промышленный туризм».

Первенство по развитию промышленного туризма уже многие годы принадлежит таким странам, как США, Германия, Франция, Голландия, Англия. К примеру, Завод BMW в Германии ежегодно посещают 250 тысяч туристов ежегодно, шоколадную фабрику Cadbury в Англии посещают до 400 тысяч туристов в год [1].

В Беларуси развитие индустрии гостеприимства также заявляется приоритетным направлением национального развития в Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 гг. Это, безусловно, находит отражение и в документах регионального развития. Так, Программой развития Брестской области на 2016–2020 годы предусмотрено развитие наиболее перспективных видов туризма, таких как культурно-познавательный, оздоровительный, медицинский, транзитный, экологический, деловой, спортивный, приключенческий, событийный, военно-патриотический. Как мы видим, про-

мышленный туризм не входит в число заявленных приоритетных видов развития туризма.

Целью данной статьи является изучение сущности и видов промышленного туризма, определение сдерживающих факторов и перспектив его развития в Беларуси и Брестском регионе.

Прежде всего, уточним понятие промышленного туризма, так как в публикациях по этой тематике ещё не сформирована его общепринятая трактовка. Разнообразию существующих трактовок представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Разнообразие определений промышленного туризма

Определение промышленного туризма	Автор
Организованное посещение действующих промышленных предприятий и организаций в целях удовлетворения познавательных, профессионально-деловых и прочих потребностей населения	В.М. Кицис [5]
Совокупность трехсторонних взаимоотношений, возникающих в процессе взаимодействия объектов промышленного туризма с потребителями туристского продукта и органами государственной или муниципальной власти для удовлетворения в зависимости от цели посещения	А.П. Гарнов [6]
Посещение эксплуатирующихся промышленных объектов	С.М. Холл [7]
Туристическое направление, позволяющее выявить особенности производства продукции в рамках организации промышленных экскурсий	Е.Н. Никулина [8]

Источник: собственная разработка

Для уточнения данного понятия нами изучен практический опыт промышленного туризма, на основе которого выделены следующие его виды:

- пассивный, который основан на наблюдении объектов промышленной архитектуры туристами и созерцанием индустриальных пейзажей со стороны;
- экскурсионно-познавательный, представляющий собой посещение действующих объектов в составе экскурсионной группы;
- коммерческий, реализуемый посредством организации специальных туров для бизнесменов с целью показать будущие выгодные вложения своих средств в новое производство [2, 3].

Проведенные исследования позволяют предложить уточнённую трактовку промышленного туризма, под которым мы будем понимать организованное групповое или индивидуальное посещение производственных организаций, которое позволяет ознакомиться с существующей или когда-то существовавшей деятельностью предприятий, технологиями и процессами производства, направленное на удовлетворение познавательных, профессиональных, деловых, научных, образовательных и иных интересов, а также на продвижение бренда посещаемого предприятия и повышение туристической привлекательности региона.

В Беларуси в настоящее время не так много предприятий, предлагающих экскурсии на производство. Даже те предприятия, которые организуют экскурсии, не могут приблизиться по количеству туристов к приведённым выше цифрам предприятий Европы. Экскурсии предлагают такие предприятия, как кондитерская фабрика «Коммунарка», фабрика «Слуцкие пояса», стеклозавод «Неман», Минский тракторный завод и другие.

Значительное отставание развития промышленного туризма в Беларуси, по нашему мнению, вызвано следующим:

- непониманием выгод для предприятия;
- нежеланием отвлекать персонал для проведения экскурсии от основной работы;
- нежеланием вводить дополнительные штатные единицы специалистов по проведению промышленных экскурсий;
- трудностями при получении разрешения на проведение экскурсий ввиду санитарно-гигиенических условий;
- отсутствием опыта проведения экскурсий.

В настоящее время в Брестской области и самом г. Бресте предлагаются экскурсии всего на 12 предприятий. Среди них «588 Авиационный ремонтный завод» (г. Барановичи), РУПП «Гранит» (г. Микашевичи), ПЧУП «Виктория» (г. Лунинец). В Бресте к посещению предлагаются ОАО «Брестское пиво», ОАО «Савушкин продукт». Все эти компании организуют экскурсии только по предварительной записи, организованными группами или вовсе по какому-либо значимым событиям, например, день рождения компании. Прийти и познакомиться с технологиями производства продукции туристу, который в г. Бресте проездом или находится небольшое количество времени, будет очень нелегко. Председатель Брестского городского исполнительного комитета Александр Рогачук в одном из своих выступлений отметил, что наша задача – удержать туриста, который едет в Европу не на один день, а на 2 дня. Нам нужно искать новые исторические маркеры, новые легенды, которые позволят туристам увидеть в Бресте не только лишь в контексте крепости, а увидеть что-то в тысячелетней истории [4].

На наш взгляд, свой вклад в решение данной задачи – удержать туристов на большой срок – может внести и промышленный туризм.

Учитывая выгодное географическое положение г. Бреста, а также наличие разнообразных действующих и недействующих предприятий, руководителям региона и самим предприятиям стоит развивать услуги по проведению экскурсий в рамках промышленного туризма. Нам представляется перспективной организация экскурсий на производства Брестской области, такие как, на ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Брестское пиво», ОАО «Брестский чулочный комбинат», СООО «ПП Полесье», Малоритский консервно-овощесушильный комбинат и другие.

Таким образом, изучение зарубежного опыта показало, что промышленный туризм является перспективным видом туризма, который в результате преодоления причин отставания его развития в Беларуси, может принести выгоду:

- во-первых, региону: дополнительные поступления в бюджет, повышение туристической привлекательности, улучшение имиджа региона, увеличение количества рабочих мест, содействие более осознанному выбору школьниками будущей профессии;
- во-вторых, предприятиям: привлечение инвестиций, увеличение объемов продаж, получение дополнительной прибыли, формирование положительного имиджа, реклама производства, привлечение потенциальных работников;
- в-третьих, потребителям: возможность убедиться в безопасности производимого продукта, знакомство с технологиями производства, возможность приобрести продукцию, тестирование продукции, возможность поучаствовать в процессе изготовления продукции.

Список цитированных источников

1. Промышленный туризм – перспективы развития в Беларуси [Электронный ресурс] // Нефтехимия. – Режим доступа: <https://belchemoil.by/news/obshhestvo/kulturnye-meropriyatiya/promyshlennyj-turizm-kak-prodvizhenie-brenda>. – Дата доступа: 23.05.2019.
2. Особенности производственного туризма в Беларуси [Электронный ресурс] // Туристическая библиотека. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/pt-belarus.htm. – Дата доступа: 17.05.2019.
3. Промышленный туризм [Электронный ресурс] // Все о туризме. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm. – Дата доступа: 17.05.2019.
4. Почему в Брест не едут польские туристы? [Электронный ресурс] // ОнлайнБрест. – Режим доступа: https://onlinebrest.by/novosti/pochemy-v-brest-ne-edyt-polskie-tyristi_5562.html. – Дата доступа: 30.05.2019.
5. Кицис, В.М. Формы и виды использования предприятий пищевой промышленности в туризме / В.М. Кицис, А.И. Кусерова // International conference on social science, arts, business and education: materials of the I international research and practice conference, December, 22th, 2016, Vienna, Austria: Scientific public organization “Professional science”, 2016. – P. 293–306.
6. Гарнов, А.П. Актуальность системного формирования промышленного туризма / А.П. Гарнов, О.В. Краснобаева // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2012. – № 2. – С. 60–63.
7. Hall, С.М. The consumption of experiences or the experiences of consumption? An introduction to the tourism of taste / С.М. Hall and others // Food tourism around the world: Development, management and markets. Oxford: Butterworth Heinemann. – 2003. P. 1–24.
8. Никулина, Е.Н. Исследование востребованности и перспектив развития промышленного туризма в регионе: взгляд предприятий // Креативная экономика. – 2017. – №8 – С. 875–972.

УДК 657.1

Демко И. Д.

Научный руководитель: доцент Сенокосова О. В.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ КАК ПЛАТЕЖНОЕ СРЕДСТВО: ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Популярность электронных денег во всем мире растёт с каждым днём. Причина этому – удобство использования электронного кошелька и денег в электронном виде. Юридические лица могут использовать в своей деятельности такой инструмент расчетов при ведении электронного бизнеса, т. е. создании интернет-магазина. Физические лица используют данные деньги для оплаты товаров, работ, услуг.

Электронные деньги хранятся в электронном кошельке – устройстве, которое содержит такие деньги и обеспечивает доступ к ним. Электронным кошельком может быть пластиковая карточка, программное обеспечение компьютера или иное устройство.

По рисунку 1 видно, что электронные деньги получили широкое распространение на территории Республики Беларусь, и в определенный момент выпуск такой валюты достигал высоких темпов. Однако в 2015 г. спрос на электронные деньги резко упал после вступления в силу Декрета №6 – данный документ ввел обязательную идентификацию владельцев электронных

кошельков. Процедура заключалась в явке клиента в банк, являющийся эмитентом электронной валюты, и прохождении «паспортного контроля» при регистрации кошелька (правила вступили в силу с 1 марта 2015 года) [1].

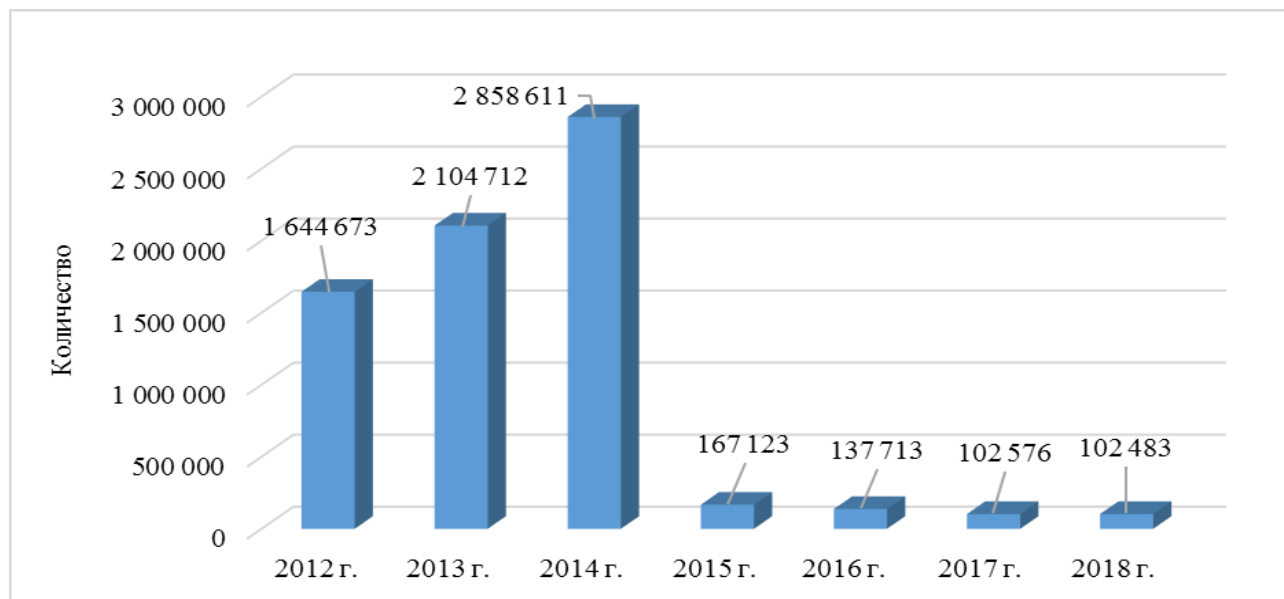


Рисунок 1 – Гистограмма количества открытых электронных кошельков, по которым возможно совершение операций на территории Республики Беларусь [2]

Использование электронных денег в Беларуси регулируется Правилами осуществления операций с электронными деньгами, утвержденными постановлением Правления Национального банка Республики Беларусь от 26 ноября 2003 г. № 201 (в ред. от 28 апреля 2018 г.) и статьей 274 Банковского кодекса Республики Беларусь.

В Беларуси выпуск в обращение (эмиссия) электронных денег является банковской операцией. Проводится она банком на основании лицензии на осуществление банковской деятельности.

Существуют различные электронные системы, представленные в таблице 1, каждая из которых имеет свои плюсы и минусы. EasyPay и Webmoney – основные участники на рынке электронных платежных систем в Республике Беларусь. На их долю приходится около 80%-90% всего оборота онлайн платежей.

Таблица 1 – Банки, осуществляющие выпуск электронных денег на территории Республики Беларусь [3]

Банки	Электронные деньги
ОАО «Технобанк»	WebMoney Transfer
ОАО «БПС-Сбербанк»	Яндекс.Деньги, ePay
ОАО «Приорбанк»	Belqi (QIWI), iPay
ОАО «Белгазпромбанк»	EasyPay, Берлио, V-coin (для абонентов velcom)
ОАО «Паритетбанк»	iPay
ОАО «Банк Москва-Минск»	МТС Деньги

EasyPay является одним из старейших платежных агрегаторов в Беларуси. С ней сотрудничают такие интернет-магазины страны, как 5element.by и OZ.by.

К электронным деньгам EasyPay можно получить доступ посредством SMS-сообщений с мобильного телефона. Денежной единицей в системе является белорусский рубль. Самое главное достоинство системы – простота регистрации. Главный недостаток – очень низкая безопасность сервиса по сравнению с остальными.

WebMoney – это международная платежная онлайн-система. Принцип действия основан на создании электронного кошелька (WMID). Электронные денежные единицы или титульные знаки привязаны к валютам различных стран (например, российскому рублю (WMR), белорусскому рублю (WMB), евро (WME)).

Если расчет производится электронными деньгами, то плательщику выдается чек, подтверждающий договорные отношения с конкретным субъектом. В случае возникновения проблем с товаром в будущем это во многом поможет потребителю восстановить нарушенные права.

Как подключить магазин к платежной системе?

На первом этапе необходимо выбрать платежную систему, после чего нужно заполнить заявку на сайте агрегатора. Далее владельцу интернет-магазина нужно будет подготовить пакет документов, который будет предоставлен в банк-эмитент. В то время как банк рассматривает и регистрирует документы, сотрудники системы проводят аудит сайта. В ходе анализа специалисты определяют, соответствует ли он законодательству Беларуси и правилам агрегатора. Если будут выявлены несоответствия, то нужно будет внести изменения. Параллельно с этим осуществляется подготовка к интеграции сайта с платежной системой. После чего производится активация системы на сайте.

Препятствиями для распространения электронных денег в Республике Беларусь являются:

1. Недоверие пользователей. Физические лица предпочитают завести платежную карточку, чем электронный кошелек. При этом для осуществления операций с электронными деньгами требуются навыки работы на компьютере.

2. Значительный уровень комиссии при обмене электронных денег на наличные белорусские рубли.

3. Возможность использования электронных денег юридическими лицами в Беларуси существенно ограничена. Расчёты электронными деньгами между юридическими лицами не допускаются.

Организация, получив электронные деньги от банка-эмитента в обмен на наличные или безналичные деньги, вправе использовать их: для выдачи своим работникам на оплату командировочных и иных расходов по служебным командировкам в пределах Беларуси и за границей; на оплату горюче-смазочных, сопутствующих материалов и услуг, связанных с содержанием служебного автотранспорта; для уплаты таможенных и иных платежей в бюджет.

4. Неясность отражения в бухгалтерском учете операций с электронными деньгами. Во избежание спорных ситуаций юридические лица не рискуют совершать операции с электронными деньгами.

Сравнительный анализ осуществления операций с электронными деньгами, эмитированными банками Республики Беларусь за 2017-2018 годы, представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Сравнительный анализ осуществления операций с электронными деньгами на территории Республики Беларусь за 2017-2018гг.

Наименование показателей	2017 год	2018 год	Изменение	
			абсолютное	%
Сумма эмитированных электронных денег всего, тыс. бел. руб.	368 695,9	366 593,3	-2102,6	-0,57
Сумма использованных электронных денег банков – всего, тыс. бел. руб.	206 908,5	193 604,3	-13304,2	-6,43
Количество операций при использовании электронных денег банков	5 398 211	4 275 011	-1123200	-20,81

По данным таблицы 2 видно, что в 2018 году количество операций, связанных с использованием электронных денег банков, снизились по сравнению с 2017 годом на 1 123 200 операций, или на 20,81%. Сумма эмитированных электронных денег и сумма использованных электронных денег в 2018 году также были снижены. Для повышения данных показателей необходимо пересмотреть имеющиеся ограничения на использование электронных денег юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, сделать для них доступной оплату товаров и услуг, которые связаны с финансированием текущей деятельности.

Список цитированных источников

1. Декрет № 6 от 28 декабря 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://president.gov.by/>. – Дата доступа: 07.05.2019.
2. Платежная система и цифровые технологии Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 04.05.2019.
3. Электронные деньги Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 07.05.2019.

УДК 657.2

Демко И. Д.

Научный руководитель: доцент Сенокосова О. В.

ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И АУДИТА ОПЕРАЦИЙ С ЭЛЕКТРОННЫМИ ДЕНЬГАМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитие сети Интернет, а также развитие электронной коммерции ведут к росту операций с электронными деньгами во всем мире. Электронные деньги не являются разновидностью наличных и безналичных денежных средств. Одним из наиболее распространенных способов управления счетом в системах электронных денег является использование серверных или клиент-серверных приложений. Чаще всего в таком случае пользователь регистрирует «кошелек» и совершает платежи через Интернет.

Электронные деньги – самостоятельный инструмент, имеющий эмитента, стоимость и оборотность. Основные их преимущества:

- простота хранения. Средства электронных платежных систем хранятся в электронном виде, им не нужна упаковка, денежные хранилища, транспортировка;

- отсутствие необходимости перерасчета. Электронные деньги не нужно считать и пересчитывать;

- удобство проведения расчетов. Электронными деньгами легко рассчитываться за товары и услуги в интернете или отправлять их в качестве частных переводов;

- качество денег не теряется, бумажные деньги могут помяться, поцарапаться, порваться и ими в дальнейшем уже будет сложно воспользоваться, с электронными деньгами ничего не происходит.

Кроме вышеперечисленных преимуществ, существуют и проблемы в использовании электронных денег. В настоящее время законодательством четко не определен порядок бухгалтерского учета операций, которые осуществляются при помощи электронных платежных систем, а также денежных средств, находящихся в электронном кошельке. Планом счетов не предусмотрено специального счета для учета данных средств. Электронный кошелек формально не является обычным счетом организации, поэтому отражать такие операции с использованием счетов 51 «Расчетные счета» и 55 «Специальные счета в банке» считаем не верным. Но, по нашему мнению, возможно использование имеющегося в Плане счетов свободного счета, например счета 53. Предлагаем счет 53 назвать «Электронные денежные средства».

По дебету данного счета будет отражаться стоимость приобретенных у банка-эмитента электронных денег, а по кредиту – использование электронных денег организацией на разрешенные действующим законодательством цели. Аналитический учет по счету 53 необходимо вести по каждому виду электронных денег (например, 53/EasyPay; 53/Webmoney). Примеры отражения операций в бухгалтерском учете с использованием электронных денег в национальной валюте предлагаем отражать следующим образом в таблице 1 и в таблице 2.

Таблица 1 – Пример отражения в бухгалтерском учете операций с электронными деньгами по зачислению аванса на командировочные расходы

Бухгалтерская запись		Содержание хозяйственной операции
Дебет счета	Кредит счета	
57/переводы в пути по электронным деньгам	51	перечислены денежные средства банку-эмитенту
53/вид электронных денег	57/переводы в пути по электронным деньгам	зачислены электронные деньги на счет организации
76	57/переводы в пути по электронным деньгам	оплачена комиссия банку
26, 44	76	комиссия банку отражена в составе расходов
71	53/вид электронных денег	зачислен аванс на командировочные расходы
51	57/переводы в пути по электронным деньгам	отражен возврат денежных средств, неизрасходованных на покупку электронных денег

Таблица 2 – Пример отражения операций по поступлению электронных денег от физического лица в качестве выручки от реализации продукции (товара)

Бухгалтерская запись		Содержание хозяйственной операции
Дебет счета	Кредит счета	
53/вид электронных денег	62	поступление электронных денег от покупателя
62	90	отражена выручка от реализации продукции (товаров)
57/переводы в пути по электронным деньгам	53/вид электронных денег	перечисление денежных средств для обмена в белорусские рубли
51	90	зачисление денежных средств в белорусских рублях на расчетный счет
76	51	списано с расчетного счета комиссионное вознаграждение процессингового центра
90	76	сумма списанного комиссионного вознаграждения отражена в расходах
90	57/переводы в пути по электронным деньгам	списана стоимость электронных денег при переводе их в белорусские рубли
99	90	отражен финансовый результат от перевода

Для отражения расчетов в иностранной валюте к счету 53 можно открыть счета второго порядка. Аналитический учет второго порядка по счету 53 можно вести по каждому виду валюты (Например, 53/Webmoney/WMR – расчеты в российских рублях; 53/Webmoney/WME – расчеты в евро). Пример операций с иностранными электронными деньгами представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Примеры отражения в бухгалтерском учете операций с использованием электронных денег в иностранной валюте

Бухгалтерская запись		Содержание хозяйственной операции
Дебет счета	Кредит счета	
57/переводы в пути по электронным деньгам	51	перечисление денежных средств для покупки электронных денег в иностранной валюте
53/ вид электронных денег/вид валюты	57/переводы в пути по электронным деньгам	зачисление купленных электронных денег в иностранной валюте в электронный кошелек
76	51	оплачена комиссия банку в национальной валюте за покупку электронных денег в иностранной валюте
90	76	учтена комиссия банка в составе расходов
71	53/ вид электронных денег/вид валюты	зачислен аванс электронными деньгами в иностранной валюте на командировочные расходы
53/ вид электронных денег/вид валюты	71	возвращена на электронный кошелек организации неиспользованная сумма электронных денег в иностранной валюте
53/ вид электронных денег/вид валюты	62	получены электронные денежные средства в иностранной валюте от покупателей и заказчиков
62	53/ вид электронных денег/вид валюты	возвращены покупателям и заказчикам излишне полученные электронные денежные средства в оплату проданных товаров

Как правило, юридические лица на территории Республики Беларусь не осуществляют расчеты с иностранными электронными деньгами.

Кроме того, остаются актуальными вопросы обеспечения безопасности электронных платежей. Оплачивая товар или услугу из своего интернет-кошелька, покупатель передает продавцу доступ к своим средствам, предоставляя возможность списать нужную сумму. Существует риск списания недобросовестными продавцами излишних сумм. Для поддержания необходимого уровня безопасности в области электронного взаимодействия следует изучить возможность создания в Республике Беларусь единого центра реагирования на инциденты, связанные с нарушением информационной безопасности в финансовой сфере, а также совершенствование правового регулирования. Целью данного центра будет сбор информации о мошенничестве в финансовой сфере, осуществляемом посредством цифровых банковских технологий, а также проведение действий по предотвращению преступлений против информационной безопасности в финансовой сфере.

Аудит операций, связанных с электронными деньгами, должны проводить специалисты, имеющие не только экономическое или юридическое образование, но и обладающие навыками программирования. Причиной этому служит то, что они обязаны оценивать целостность, доступность и конфиденциальность информации о бизнес-транзакциях, получения и осуществления переводов электронных денежных средств.

С 1 марта 2015 г. в Беларуси запрещены анонимные электронные кошельки [1]. Вводится обязательная идентификация их владельцев, созданных в электронных платежных системах, действующих на территории Беларуси, независимо от количества средств на этих кошельках. В течение суток возможно получение необходимой информации о владельцах электронных кошельков, а также о самих электронных денежных средствах и их движении, данная информация предоставляется обслуживающим банком правоохранителям. Также обслуживающие банки должны сотрудничать с аудиторами, т. е. предоставлять им соответствующие отчеты о движении электронных денег в данной организации. Это должно делаться с той целью, чтобы проверить движение электронных денег на соответствие правилам и законодательным нормам.

Возможность использования электронных денег юридическими лицами в Беларуси существенно ограничена [2]. Расчёты электронными деньгами между юридическими лицами не допускаются. Поэтому возникает необходимость пересмотреть имеющиеся ограничения на использование электронных денег юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, сделать для них доступной оплату товаров и услуг, которые связаны с финансированием текущей деятельности.

В Республике Беларусь ограничения, установленные законодательством по операциям с электронными деньгами, практически совпадают с ограничениями, установленными в законодательстве других стран СНГ, Западной Европы:

- эмиссию электронных денег могут осуществлять только банки (например, в России эмиссию электронных денег могут осуществлять банки и небанковские кредитно-финансовые организации);
- эмитировать можно только национальную валюту;
- имеется ряд ограничений на использование электронных денег юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

Электронные деньги очень полезны и удобны при осуществлении массовых платежей суммами небольшого размера. При решении проблемы перехода на использование электронных денег, к сожалению, возникает много вопросов, требующих решения.

Список цитированных источников

1. Декрет № 6 от 28 декабря 2014 г [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://president.gov.by/>. – Дата доступа: 22.04.2019;
2. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 01.05.2019.

УДК 657.9

Денисюк А. П.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Черноокая Е. В.

ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ УЧЁТ

Бухгалтерский учет, в первую очередь, инструмент для получения финансовой информации, которая используется в процессе принятия бизнес-решений. Он не является чем-то статичным, но со временем продолжает и будет совершенствоваться. Успешность отражения и использования данных напрямую зависит от интересов пользователей отчётности, которые могут не только не совпадать, но и нередко находиться в некотором противоречии (руководства и налоговой инспекции, инвестора и торговой организации и т. д.), свойств личности и психологических установок, которые влияют не только на стиль рабочей деятельности, но и на восприятие отчётных данных, их анализ и последующие управленческие решения. Если принять к сведению степень воздействия психологии участников на протекание хозяйственного процесса, становится очевидна необходимость экономической психологии в рамках бухгалтерского учёта.

Это направление психологической науки, рассматривающее поведение и взаимодействия между людьми как субъектами экономических отношений, впервые было названо в 1903 г. французским социологом и криминалистом Габриелем Тардом. А в 1951 г. Джорджем Кетоном введён термин «бихевиористическая экономика», поведенческое направление экономической психологии, изучающее влияние эмоциональных, социальных и познавательных факторов на экономическое поведение субъекта. В бухгалтерском учёте бихевиористический метод рассматривает влияние информационных сообщений на поведение бухгалтера и пользователей отчётной информации. Информация понимается как стимул, способный вызвать ту или иную реакцию. В статье выявлены факторы, влияющие на сторонних и внутренних пользователей информации в связи с их ролью в хозяйственном процессе. [1]

Так как пользователи люди – они исходят из собственных критериев полезности, предвзятых ожиданий от отчётных данных и руководствуются соображениями личных предпочтений и ценностей. На действия руководителя предприятия влияет стиль управления, который напрямую связан с объёмом используемых данных и степенью фокусировки (таблица 1). Следовательно, человек, придерживающийся решительного стиля управления, будет склоняться к принятию единственного решения, владея минимальной информацией, а интегрированного – искать альтернативу и нуждаться в большом объёме

данных. Уже только знание о стиле управления поможет определиться с количеством предоставляемых данных и их ориентированностью на возможное множество решений. Кроме этого, возможно обнаружить слабые управленческие стороны и скорректировать подачу информации. Так, иерархический стиль, склоняющийся к анализу большого объёма информации, может страдать от невозможности принять определённое решение. Думаю, имеет смысл создать условия для возникновения периферийных вопросов, требующих быстрого и несложного разрешения. Планомерно переходя от крайних, мало-важных решений, иерархический стиль движется к важнейшему, фокусному решению. Или, если это возможно, подчёркивание определённых альтернатив, уменьшающих количество вариаций. Мне это видится достижимым, например, через контекстуальное подчёркивание, интонационно-графическое выделение. С помощью контекстуального подчёркивания возможно также обозначить важнейшую информацию и для управленческих стилей, использующих небольшой объём данных, избежать перегруженности второстепенной, излишней для быстрого принятия одного решения, информации.

Таблица 1 – Стили управления [2]

Тип	Объем используемых данных	Степень фокусирования
Решительный	Минимальный	Одно решение
Гибкий	Минимальный	Много альтернатив
Иерархический	Максимально возможный	Одно решение
Интегрированный	Максимально возможный	Много альтернатив

Возможно, сам управленческий стиль во многом базируется на психологическом типе человека. Разработанная К. Юнгом типология личности построена на соотношении психологических функций: мышления, интуиции, ощущения и чувства. Юнг писал о своей типологии так: «Инструмент практического психолога, позволяющий на основе классификации пациента и самого психолога выбирать наиболее действенные методы и избегать ошибок». [3] Этот инструмент работает и в рамках поведенческого учёта, ведь нередко сложности с выяснением цели и путей её достижения связаны с типом личности, более того, на почве непонимания между некоторыми типами может возникнуть конфликтная обстановка. Если пользователи отчётности балансируют между логикой и интуицией, чувством и ощущением, за ним же движется и форма предоставления информации, при условии обладания необходимой гибкостью.

Нередко процесс восприятия отчётной информации усложняет лингвистический аспект. Обильное использование законодательно закреплённой профессиональной терминологии приводит к непониманию. Важен и язык учётного документа. Так, в 1997г. вследствие проводимого в США эксперимента, выяснилось, что использование налоговой терминологии для расчёта налогов привело к тому, что показатели отчетности о доходах примерно в два раза превысили показатели отчетности о доходах в нейтральной, неналоговой терминологии [4].

В конце хотелось бы упомянуть и о пиар-отчётах. Это технология, совмещающая бухгалтерскую форму и маркетинговые приёмы. Нередко вспыхивают споры относительно уместности такого рода учёта. Если цель маркетинга в конечном итоге – сбыт продукции, то бухгалтерский учёт выполняет и этическую функцию, обеспечения справедливости протекания хозяйственного процесса для всех его участников. Рассматривая пиар-отчётность как форму рекламы стоит задаться вопросом: не приведёт ли она к искажению регистрации

фактов хозяйственной жизни, а, как следствие, невыполнение этической функции? Думаю, если проникновение маркетинга в учёт остановится на публикации удобной для пользователя бухгалтерской отчетности (при других схожих параметрах внешний пользователь склонится к предприятию, публикующему свои отчеты), удастся сохранить и этическую функцию.

Пользователь отчетности обычно иррационален, на принятые им решения влияет полнота, верность и понятность предоставленной информации так же, как и множество внутренних и внешних интенций. «Рамочный эффект» – один из примеров иррациональности субъекта экономических отношений. Между большим риском и незначительной потерей большинство склоняется к риску, любым способом избегая потерь. Так и отчетность выглядит привлекательней, показывая прибыль, пусть она и сопряжена с большой экономической опасностью. В таблице 2 изображены взаимодействие субъекта с отчетностью и психологические факторы, влияющие на этот процесс.

Таблица 2 – Влияние психологических факторов на восприятие отчетности [5]

Субъект	Взаимодействие с отчетностью			Общая сфера влияния психологических факторов
	Действие	Влияющие факторы	Оценка	
Руководитель предприятия	Выбор формы организации бухгалтерского учета	Психологический тип, стиль управления и подхода к принятию решений	Степень индивидуальности форм. Целесообразность существования соответствующих отличий между показателями форм бухгалтерской, финансовой отчетности и бухгалтерской управленческой отчетности	Стремление к оптимизации работы бухгалтерской службы. Разработка системы стимулов и поощрений
	Обеспечение информационной безопасности предприятия	Психологические аспекты		
	Субъективная оценка качества учетно-аналитической информации бухгалтерской управленческой отчетности	Субъективность по восприятию		
Конкретный пользователь	Формулировка запроса на формат данных отчетности и пояснительной записки	Интересы, психологические установки, свойства личности	Полезность и достаточность. Уровень перегруженности форм бухгалтерской управленческой отчетности информацией, не используемой при принятии управленческих решений. Степень устранения влияния временной стоимости денег на показатели отчетности. Оперативность	Информационные запросы (частота, форма подачи и пр.). Принятие решений

К сожалению, отсутствие исследований бихевиористического учёта, чрезвычайная регламентированность, не дающая возможности индивидуализации учётной информации для конкретного пользователя, нехватка достаточного количества переведённых книг и квалифицированного преподавательского состава сделала развитие поведенческого учёта в СНГ сложно осуществимым [6]. Но пока на предприятиях работают люди, и пока люди имеют психологическое измерение неоценимое отдельным показателем. Неуместно и опасно игнорировать бихевиористическую экономику. Исследование психологической теории в бухгалтерском учете оправдано и необходимо.

Список цитированных источников

1. Nonpositivism in Behavioral Accounting Research: Initiated a Collaboration of Paradigm // researchgate.net [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/276865136_Nonpositivism_in_Behavioral_Accounting_Research_Initiated_a_Collaboration_of_Paradigm – Дата доступа: 15.04.2019.
2. Психологические аспекты бухгалтерского учета // elitarium.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/psikhologicheskie_aspekty_ucheta/Paradigm – Дата доступа: 15.04.2019.
3. Солоненко, А.А. Учётно-аналитическое обеспечение деятельности хозяйствующих субъектов. – 2015.
4. Козлова, М.О. Влияние психологических и лингвистических аспектов на организацию бухгалтерского учёта. – 2013.
5. Ситникова, Н.В. О бихевиористическом подходе в теории бухгалтерского учета
6. Jung, C. G. Psychologische Typologie // Süddeutsche Monatshefte. — 1936. — Vol. XXXIII, № 5. — S. 264—272.

УДК 330.12

Жук А. И., Олейник В. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Лазарчук И. М.

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ПАРАМЕТР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Целью настоящей работы является изучение и анализ уровня и качества жизни населения в Республике Беларусь.

Программные улучшения качества жизни рассматриваются как социальный проект, направленный на увеличение возможностей людей решать свои проблемы, добиваться личного успеха и индивидуального счастья. Социальная политика – важнейшая область деятельности государства на современном этапе. Результативность социальной политики проверяется прежде всего уровнем и качеством жизни как всего населения, так и различных социальных групп.

Как экономика оказывает воздействие на социальную сферу, так и социальная сфера влияет на экономику. Свое влияние на экономическую сферу она оказывает путем повышения образовательного и культурного уровня человека, снижением заболеваемости, созданием благоприятных жилищных и культурно-бытовых условий жизни и т. д. Все это существенно влияет на производительность труда работников, рациональное потребление и использование свободного времени работников.

Повышение уровня жизни – это не только результат экономического роста, но и его условие. Современному производству требуются как принципиально новая техника и технологии, так и высококвалифицированные работники, собственники своего интеллектуального капитала. Поэтому изучение динамики и качества уровня жизни населения, его прогнозирование чрезвычайно важно для устойчивого, сбалансированного и поступательного развития общества в целом [2].

Под качеством жизни понимают совокупность условий, отражающих материальное, физическое, социальное и культурное благополучие населения. Также качество жизни зависит от двух параметров – уровня благосостояния человека (уровня его доходов и доставшейся по наследству собственности) и уровня его культуры.

Под уровнем жизни населения понимается обеспеченность населения необходимыми материальными и духовными благами, достигнутый уровень их потребления и накопления, а также степень удовлетворения общественно признанных потребностей, соответствующих данному социально-экономическому развитию страны. Уровень жизни оценивается в целом по стране в целях определения его динамики во времени и для сопоставления с другими странами как интегрального показателя социально-экономического развития, так и по отдельным территориям, регионам, социальным группам.

Категорию «качества жизни» возможно рассчитать посредством целой системы показателей «уровня жизни»:

- здоровье;
- индивидуальное развитие путём обучения;
- занятость и качество трудовой жизни (наличие выгодной работы для тех, кто стремится её получить, характер трудовой деятельности, удовлетворенность индивидуума своей трудовой жизнью);
- время и досуг (возможность выбора своего времяпрепровождения);
- возможность приобретения товаров и пользования услугами;
- личная безопасность и правовые органы;
- качество питания (калорийность, состав продуктов);
- качество и модность одежды;
- качество окружающей среды.

Главной задачей, стоящей перед государственной властью, является повышение качества жизни и благосостояния населения. При этом особое внимание уделяется наиболее уязвимым категориям граждан - детям, пенсионерам, ветеранам, инвалидам. Для того, чтобы люди почувствовали, что власть не просто «урывками» старается помочь, а системно защищает своих граждан, было принято решение разработать четкую систему стандартов, определяющих виды и качество важнейших социальных услуг в области образования, здравоохранения, культуры, жилищно-коммунального хозяйства, торговли, транспорта, связи, бытового и социального обслуживания.

Социальные стандарты - это устанавливаемая мера потребления соответствующих социальных благ и услуг не ниже минимально допустимых размеров. Единые нормативы социальных стандартов по обслуживанию населения призваны определить гарантии, которые государство в состоянии обеспечить бесплатно (либо по доступной цене) в жизненно важных сферах. Социальные стандарты являются обязательными для использования в организациях всех форм собственности. Они применяются для решения следующих задач:

- удовлетворения основных потребностей граждан в материальных благах и услугах;
- нормативного обеспечения, формирования, использования средств республиканского и местных бюджетов и средств государственных внебюджетных фондов на социальные нужды;
- обеспечения государственной поддержки развития социальной сферы и социальной защиты граждан;
- оказания необходимой социальной помощи малообеспеченным и находящимся в трудной жизненной ситуации гражданам [1].

В систему государственных минимальных социальных стандартов в Республике Беларусь включаются государственные минимальные социальные стандарты в области:

- оплаты труда;
- пенсионного обеспечения;
- образования;
- здравоохранения;
- культуры;
- жилищно-коммунального обслуживания;
- социальной поддержки и социального обслуживания.

Таблица 1 – Данные о минимальном потребительском бюджете и бюджете прожиточного минимума в Республике Беларусь за 2014-2019 гг. [1]

Показатель	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.
1	2	3	4	5	6	7
Мин. потребительский бюджет (в расчете на душу населения в месяц), тыс. руб.	268,4	319,78	330,7	374,62	446,02	446,02
Бюджет прожиточного минимума (в расчете на душу населения в месяц), тыс. руб.	121,24	145,7	156,1	218,87	217,7	240,80
Численность населения с уровнем располагаемых ресурсов ниже мин. потребительского бюджета, тыс. человек	5283,8	3084,4	1882,4	2440,3	2419,5	1720,6
В % от общей численности населения	76,8	42,6	20,7	27,2	27,0	19,3
Численность населения с уровнем располагаемых ресурсов ниже бюджета прожиточного мин., тыс. человек	1691,1	2112,8	2719	3103,2	3262,6	3488,5
В % от общей численности населения	19,9	24,7	26,2	28,3	28,66	29,1

Динамика минимального потребительского бюджета и бюджета прожиточного минимума отражена в таблице 1. Основным инструментом оценки, прогнозирования и регулирования величины, структуры и динамики уровня жизни являются потребительские бюджеты населения. Минимальный потребительский бюджет, в соответствии с законодательством Республики Беларусь, представляет собой расходы на приобретение набора потребительских товаров и услуг для удовлетворения основных физиологических и социально-культурных потребностей человека.

На основании Постановления Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2003 г. №724 (в ред. от 13 января 2012 г. № 47) «О мерах по внедре-

нию системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики» разработана и утверждена система стандартов, включающая 43 норматива. В республике из 43 государственных социальных стандартов выполняется 37, в том числе в области культуры, социального обслуживания, здравоохранения, торговли и бытового обслуживания, физической культуры и спорта - в полном объеме. В области жилищно-коммунального хозяйства внедрено 10 из 12 утвержденных стандартов, образования - 9 из 10, связи - 3 из 4, транспорта - 4 из 6.

Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) - интегральный показатель, рассчитываемый ежегодно для межстранового сравнения и измерения уровня жизни, грамотности, образованности и долголетия как основных характеристик человеческого потенциала исследуемой территории. Он является стандартным инструментом при общем сравнении уровня жизни различных стран и регионов. Концепция и принципы исчисления ИРЧП были одобрены правительством Республики Беларусь.

Среди стран СНГ по уровню человеческого развития Республика Беларусь занимает лидирующее 53 место.

Проблема борьбы с бедностью и нищетой была названа на специальной сессии Генеральной Ассамблеи ООН, посвященной выполнению решений «Встречи на высшем уровне в интересах социального развития» (Копенгаген, 1995г.), и Декларации тысячелетия ООН (Нью-Йорк, 2000) одной из восьми стратегических целей развития мирового сообщества.

В условиях нарастающего неравенства и для устранения его последствий особое значение приобретает политика доходов населения, основным инструментом которой является регулирование минимальной заработной платы. Ее уровень не должен опускаться ниже 35-40% от средней заработной платы.

Борьба с бедностью – крупнейшая стратегическая задача социальной политики государства. Это не только внутренний долг, но и международная обязанность всех стран, в том числе и Беларуси.

В Республике Беларусь активизировался процесс реформирования здравоохранения, направленный на повышение качества медицинской помощи. Часть больничной помощи заменяется более эффективными и менее дорогостоящими технологиями, усиливается профилактическое направление. Внедрены социальные стандарты, разработаны территориальные программы государственных гарантий оказания медицинской помощи. В соответствии с Концепцией развития здравоохранения проводится модернизация материально-технической базы отрасли [4].

Основной акцент в сфере национальной культуры в анализируемом периоде был сделан на ее дальнейшем устойчивом развитии, повышении качества культурного обслуживания, обеспечении доступности культурных ценностей и услуг для всех слоев населения, особенно для сельских жителей.

Политика государства, направленная на повышение уровня и качества жизни населения, должна в перспективе обеспечить наличие таких доходов у каждого члена общества, которых должно быть достаточно для удовлетворения основных потребностей прежде всего за счет собственного труда при создании равных возможностей для приложения сил каждому человеку в любой сфере деятельности. А в случае отсутствия такой возможности – за счет государственной социальной поддержки, сконцентрировав социальную помощь тем, кто находится в неблагоприятных условиях и в ней действительно нуждается. Это должно послужить социально и экономически обоснованному пе-

пераспределению ответственности за личное благосостояние, перенеся ее с государства на человека и его семью [2].

Потребуются дальнейшие преобразования в системе социальной защиты населения: адаптация ее к современным условиям, приближение ее к идеалам и целям, провозглашенных в международных декларациях и нормах.

Стратегия и тактика современной социальной политики Республики Беларусь содержится в программах социальных реформ. Выделяются следующие стратегические цели социальной политики:

- достижение ощутимого улучшения материального положения и условий жизни людей;
- обеспечение эффективной занятости населения, повышение качества и конкурентоспособности рабочей силы;
- гарантия конституционных прав граждан в области труда, социальной защиты населения, образования, охраны здоровья, культуры, обеспечения жильем;
- переориентация социальной политики на семью, обеспечение прав социальных гарантий, предоставляемых семье, женщинам, детям и молодежи;
- нормализация и улучшение демографической ситуации, снижение смертности населения, особенно детской и граждан трудоспособного возраста;
- существенное улучшение социальной инфраструктуры.

Правительству предстоит работа по усовершенствованию механизмов социальной защиты и поддержки различных слоев населения; необходим систематический контроль за осуществлением основных социальных программ и реформ. Таким образом, социальные стандарты представляют собой меру потребления соответствующих социальных благ и услуг не ниже минимально допустимых размеров. Социальная защита населения, здравоохранение и образование – важнейшие направления социальной политики государства, обеспечивающие улучшение качества жизни людей в ключевых для жизнедеятельности общества сферах, которые невозможно достичь без выполнения социальных стандартов [3].

Предполагается предоставление каждому трудоспособному гражданину реальной возможности за счет напряженного, квалифицированного и инициативного труда обеспечить достойный, в меру сложившихся социальных стандартов, уровень и качество жизни населения. Таким образом, политика государства, направленная на повышение уровня и качества жизни населения, должна в перспективе обеспечить наличие таких доходов у каждого члена общества, которых должно быть достаточно для удовлетворения основных потребностей прежде всего за счет собственного труда, а в случае отсутствия такой возможности – за счет государственной социальной поддержки.

Список цитированных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Минск, 2014 – Режим доступа: www.belstat.gov.by – Дата доступа 01. 05.2019.
2. Русецкий, А. Гарант качества жизни - государство / А. Русецкий; // Экономика Беларуси. – 2005. – N 4. – С. 78-81.
3. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь, 2017: статистический сборник / В.И. Зиновский [и др.]. – 2017. – 325 с.
4. О мерах по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 30 мая 2003г., № // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИИ НА ЕЕ ДЕЛОВУЮ РЕПУТАЦИЮ

В последние годы во многих белорусских компаниях начинают приходить к пониманию важности управления деловой репутацией, которая становится ценнейшим стратегическим орудием конкурентной борьбы.

Деловая репутация — это показатель отношения к компании со стороны внешнего ее окружения, показатель доверия, готовности к сотрудничеству, приемлемости ее стратегии, понимания целей, стиля и намерений ее деятельности. В ее создании прямо или косвенно принимают участие все внешние и внутренние стейкхолдеры компании. Она выступает фактором устойчивого развития компании, под которой понимается способность фирмы в условиях динамично изменяющейся внешней среды и обостряющейся конкуренции сохранять позитивные тенденции в ее развитии [1].

По некоторым оценкам, иногда 85% рыночной стоимости компании приходится на ее деловую репутацию. Одновременно приходит рост стоимости деловой репутации в общей цене компании. Более того, со временем значение и ценность корпоративной репутации повышается. Так изменение индекса репутации на 1% приводит к изменению рыночной стоимости компании на 3%.

Таким образом, совершенно очевидна высокая значимость «репутационного» капитала для компаний, рассчитывающих на долговое и успешное существование в бизнес-среде.

Категория «деловая репутация» компании тесно связана с понятием «имидж», и множество сложностей возникает из-за отсутствия однозначности в терминологии, что приводит к ошибочному смешиванию этих понятий или их отождествлению.

Имидж компании – это устойчивый эмоционально окрашенный образ или представление о компании, которое формируется в создании людей в результате целенаправленного воздействия со стороны самой компании на всех заинтересованных лиц, которых она группирует внутри и вокруг себя.

Другими словами, имидж – поверхностная эмоциональная категория, основанная на впечатлениях и не требующая взвешенных оценок и умозаключений.

В общем виде деловую репутацию можно определить как совокупность мнений заинтересованных сторон о достоинствах и недостатках компании, определяющую принятие решений по отношению к ней.

Это коллективное мнение о компании, формирующееся с течением времени в сознании целевых групп на основе экспертной оценки экономического, социального и экологического аспектов ее деятельности.

Структурный анализ, проведенный на основе анкетирования предпринимателей Новгородской области, выявил, что в тройку важнейших параметров деловой репутации наряду с качеством товаров (услуг) и корпоративным управлением входит социальная ответственность бизнеса.

Компании работают с целым рядом целевых аудиторий (т.е. стейкхолдеров), каждая из которых значима для бизнеса и играет важную роль в цепочке создания стоимости и реализации товаров (услуг). Стейкхолдеры – это группы,

организации или индивидуум, на которые компания оказывает влияние и от которых она зависит.

Следовательно, корпоративная социальная ответственность (КСО) подразумевает ведение предпринимательской деятельности в соответствии с этическими, коммерческими и публичными ожиданиями стейкхолдеров от компании. Важным свойством корпоративной социальной ответственности является ее многоуровневая структура.

Можно выделить три основных уровня социальной ответственности.

1. Базовый — предполагает минимальный набор характеристик социально ответственного поведения предпринимателей: производство качественной продукции, своевременную выплату заработной платы, уплату налогов в установленные сроки и в полном объеме, соблюдение законодательства, бережное отношение к окружающей среде, исполнение требований по охране труда и технике безопасности на производстве и т. д.

2. Расширенный — предусматривает развитие партнерских отношений внутри предпринимательских структур на основе переговорного процесса, и непосредственно связан с учетом разнонаправленных социально-экономических интересов всего коллектива компании. К перечисленным выше базовым обязательствам социально ответственного поведения бизнеса на втором уровне добавляются предоставление работникам полного социального пакета, а также дополнительных социальных гарантий.

3. Комплексный — включает участие предпринимательских структур в финансировании социальных проектов и программ, сфера действия которых выходит за рамки деятельности компании. Объектом социальной ответственности на третьем уровне выступают не только работники, но и лица, напрямую не связанные с деятельностью компании, но имеющие определенное отношение к территории ее присутствия [2].

Можно выделить три основных субъекта, на которые сегодня направлена социальная деятельность белорусских компаний.

Во-первых, это собственный персонал – от климата в коллективе зависит скорость прохождения решений, производительность труда и, следовательно, эффективность бизнеса.

Во-вторых, это местные сообщества, где функционирует бизнес. Для успешной деятельности ему требуется лояльность местных властей и населения. Обеспечить эту лояльность можно, принимая участие в решении насущных социальных проблем регионов [3].

В-третьих, это западное бизнес-сообщество – в основном экспортеры и те компании, которые собираются вкладывать инвестиции в белорусскую экономику. Запад придает большое значение уровню корпоративной социальной ответственности компании (есть даже специальные индексы, влияющие на оценку инвестиционной привлекательности).

Расширение социальной ответственности бизнеса и усиление ее влияния на деловую репутацию компании вызывают необходимость оценки этого влияния. С этой целью предлагается коэффициент влияния корпоративной социальной ответственности на деловую репутацию компании (К КСО/РС), с помощью которого можно определить направленность и степень этого влияния, а также выделить зоны влияния в зависимости от направленности и устойчивости КСО.

Коэффициент влияния корпоративной социальной ответственности на деловую репутацию фирмы рассчитывается как отношение процентного изменения затрат на корпоративную социальную ответственность за определен-

ный период ($\Delta \sum_{i=1}^n \text{КСО}$) к процентному изменению репутационной составляющей в рыночной стоимости компании за рассматриваемый период ($\Delta \text{РС}$):

$$K_{\text{КСО/РС}} = \frac{\Delta \sum_{i=1}^n \text{КСО}}{\Delta \text{РС}}. \quad (1)$$

Величина РС КСОК может быть положительной, отрицательной и равной нулю. Поэтому для уточнения данного коэффициента предлагается использовать индекс (I), показывающий отношение темпов роста расходов на корпоративную социальную ответственность (ТРКСО) и темпов роста репутационной составляющей компании (ТРРС):

$$I = \frac{\text{ТР}_{\text{КСО}}}{\text{ТР}_{\text{РС}}}. \quad (2)$$

Предложенный коэффициент рассчитан для ряда крупных промышленных и финансовых компаний.

В результате исследования было выявлено, что в период с 2007 по 2008 г. большинство компаний (более 70%) находилось в устойчиво отрицательной зоне. В период экономического кризиса (2009 г.) и последующего выхода из него (2010 г.) ситуация изменилась. Многие крупные промышленные компании снизили затраты на КСО, что в совокупности со снижением репутационной составляющей привело их в зону неустойчивого влияния [4].

Список цитированных источников:

1. Грекова, Г.И. Деловая репутация компании: экономическое содержание и оценка / Г.И. Грекова, Т.С. Савина // Вестник НовГУ . Сер. Экономические науки. – 2012. – №69. – С.48-52.
2. Грекова, Г.И. Классификация уровней корпоративной социальной ответственности / Г.И. Грекова, М.В. Киварина // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №1, Ч. 2. – С. 523-526.
3. Киварина, М.В. Особенности становления российской модели социальной ответственности бизнеса // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2011. – №4 (17). – С. 126-130.
4. Vazhenina, I.S. Delovaja reputacija kak konkurentnyj resurs kompanii // Zhurnal jekonomicheskoj teorii. – 2006. – №4. – S.134-135.

УДК 658.14:005.35

Зданевич А. Е.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Юрчик В. И.

ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Социальная ответственность бизнеса — ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или не определенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т. д.), влияющих на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом.

Экологическая составляющая ответственности представляет собой осознанное и мотивированное участие бизнеса в разнообразных мероприятиях, направленных на предупреждение и минимизацию негативных воздействий на окружающую среду, рациональное природопользование, экономию сырьевых и энергетических ресурсов в процессе хозяйственной деятельности [1].

Анализ эволюции развития концепции экологической ответственности, а также анализ этимологии существующих интерпретаций понятия «экологическая ответственность промышленного предприятия» позволили нам определить основные черты экологической ответственности, которые будут выступать базой настоящего исследования.

Экологическая ответственность промышленного предприятия:

- Условно-добровольный характер экологической ответственности;
- Учет интересов всех заинтересованных сторон;
- Принятие экологических обязательств, и, как следствие, разработка мероприятий в сфере охраны ОС и их реальное осуществление;
- Соблюдение требований законодательства в области охраны ОС является лишь несколькими из множества инструментов реализации практики экологической ответственности;
- Результат – устойчивое развитие бизнеса и повышение уровня экологической безопасности [2].

Компании, которые занимаются решением экологических проблем, можно условно разделить на две группы:

1. Компании, которые при решении экологических проблем получают реальную экономическую выгоду.

2. Компании, которые занимаются решением экологических проблем ради создания положительного имиджа.

Природоресурсные и природоохранные платежи. Промышленные предприятия в процессе своей деятельности должны соблюдать требования законодательства в области охраны ОС. Законы в области охраны ОС призваны минимизировать или в лучшем случае предотвратить негативное воздействие. В случае несоблюдения законодательства промышленное предприятие несет значительные финансовые потери, связанные с уплатой штрафов и, как следствие, негативным аспектом влияния на репутацию. Нарушение законодательства в области экологической ответственности также может повлечь за собой необходимость устранения его последствий, что сопровождается значительными расходами [3].

Инструменты:

- оценка воздействия на окружающую среду при разработке стратегий и планов экономического развития;
- экологический аудит, позволяющий на раннем этапе выявлять природоохранные нарушения;
- экологическое страхование, предусматривающее возмещение вреда окружающей среде;
- сертификация на соответствие положениям экологических стандартов;
- внедрение концепции технологического нормирования на основе наилучших доступных технологий;
- социальная отчетность, содержащая экологический компонент.

В настоящее время плата за негативное воздействие на ОС взимается по следующим видам воздействия:

- за выбросы загрязняющих и иных веществ в атмосферный воздух;

- за сбросы в подземные и поверхностные водные объекты, а также на водосборные площади загрязняющих веществ (далее – ЗВ), микроорганизмов и иных веществ [4];

- за размещение отходов производства и потребления.

Обеспечивается открытость экологической информации, ведется диалог с заинтересованными сторонами. Эту задачу возможно реализовать различными способами, например:

- публикуя публичные отчеты компании по экологическим показателям;

- проводя общественные обсуждения планов и проектов развития компании, включая проведение слушаний материалов ОВОС (оценки воздействия на окружающую среду) для новых предприятий.

Уровень экономического развития и уровень экологической ответственности для каждого предприятия индивидуален. Это касается также и наличия взаимосвязи между представленными областями исследования. Это обусловлено различиями в объемах экспорта, макроэкономическим состоянием отрасли, положением предприятия в отрасли и пр. факторами. Тем не менее, даже в случае отсутствия зависимости между экологической ответственностью и экономическим развитием, экологическая ответственность должна присутствовать на любом промышленном предприятии, так как имеет высокую степень социальной значимости. От её уровня зависит здоровье сотрудников – основы любого предприятия, его эффективности и мотивации [5].

Список цитированных источников

1. Мацнева, Е.А. Устойчивое развитие промышленного предприятия: понятие и критерии оценки [статья] / Е.А. Мацнева, Е.Р. Магарил // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – № 5. – С. 25-33.

2. Доклад международной комиссии ООН по вопросам окружающей среды и развития «Наше общее будущее». Русская версия [Электронный ресурс] / Организация объединенных наций. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> – Дата доступа: 07.01.2017.

3. Жукова, В.В. Анализ факторов, влияющих на устойчивое развитие региона [статья] // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2011. – № 1. – С. 15-18.

4. Макеенко, М.В. Подходы к пониманию термина «Корпоративная социальная ответственность» [статья] / М.В. Макеенко, М.В. Тихонова, А.А. Мате-Коле // Вопросы территориального развития. 2015. № 6. С. 1-7.

5. The Challenges of Corporate Social Responsibility. Towards Constructive Partnership // The Phillip Morris Institute for Public Research ASBL - Brussels, Belgium, 2000.

УДК [691.535:693.554]:666.193.2

Зданович О. В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М. Т.

ЕВРОРЕГИОН «БУГ»: ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Еврорегиональное сотрудничество представляет собой особую форму трансграничного сотрудничества. Оно характеризуется наивысшим уровнем преобразования структур трансграничного взаимодействия в институты, другими словами, в форму организации отношений с установленными нормами, правилами и их саморегуляцией.

Трансграничные объединения преобразовываются в еврорегиональные в случае возникновения постоянных, институциональных форм сотрудничества,

таких как рабочие группы, секретариаты, комитеты управления, советы и т. п. Также немаловажным условием является установление связи со специализированными международными и национальными органами координации трансграничного сотрудничества.

В рамках Еврорегионов выделяют следующие направления сотрудничества:

- экономика;
- туризм;
- развитие социальной сферы;
- территориальное планирование;
- строительство, а также модернизация инфраструктуры;
- охрана окружающей среды;
- сохранение национального наследия.

Регионы Беларуси являются участниками пяти Еврорегионов, таких как: «Буг» (1995), «Неман» (1997), «Озерный край» (1999), «Беловежская пуца» (2002), «Днепр» (2003).

Еврорегион «Буг» стал одним из первых восточноевропейских трансграничных проектов. Инициаторами его создания выступили Республика Польша и Украина, и уже в дальнейшем Беларусь. На сегодняшний день Еврорегион «Буг» представляют Брестская область Республики Беларусь, Люблинское воеводство Республики Польша, а также Волынская область и два административных района Львовской области Украины. Территория, охватывающая более 80 тыс. кв. км, и население, превышающее 5 миллионов человек, дают право данному Еврорегиону являться одним из самых больших в Европе. Крупнейшими городами на рассматриваемой территории выступают Брест, Люблин, Луцк, Пинск и Барановичи. Здесь проложены самые важные коммуникационные пути, которые соединяют страны Западной Европы с Беларусью, Украиной и Россией. А также находятся пассажирские и товарные пограничные переходы европейского содержания.

Географическое положение данных областей представлено на рисунке 1.



Рисунок 1 – Географическое положение Еврорегиона «Буг»

Деятельность Еврорегиона "Буг" направлена на развитие взаимовыгодных экономических отношений, на сотрудничество в культурной, а также социальной сферах и вдобавок для рассмотрения вопросов экологии и предотвращения чрезвычайных ситуаций [1].

При создании Еврорегиона «Буг» были поставлены следующие цели и задачи:

- образование эластичных хозяйственных структур с привлечением внешних инвестиций для расширения инфраструктуры и строительства;
- сотрудничество органов местного самоуправления и расширение контактов простых людей;
- быстрое решение приграничных проблем на местном уровне;
- развитие контактов между регионами в области коммуникации, связи, транспорта, здравоохранения и территориального планирования [2].

На сегодняшний день сотрудничество между Беларусью, Польшей и Украиной, в качестве трансграничного, продолжается в рамках «Программы трансграничного сотрудничества «Польша - Беларусь - Украина 2014-2020»».

Основная стратегия трансграничного сотрудничества между Люблинским воеводством, Брестской, Волынской и Львовской областями ставит перед ними следующие цели и направления стратегических действий:

- экономическое сотрудничество;
- коммуникационная и граничная инфраструктура;
- окружающая среда, культура и туризм;
- наука и высшее образование.

Одним из важных проявлений экономической активности выступает внешняя торговля. Географическое расположение Еврорегиона для этого стратегически выгодное – в центре Европы, на одном из магистральных путей Евразии. По его территории проходит автострада Париж – Берлин – Варшава – Брест – Минск – Москва с ответвлениями на Прибалтику, север России и Украину. Проходящие через Еврорегион железнодорожные пути соединяют западную Европу с Минском, Киевом, Москвой и другими городами Балтии и России. Присутствие хорошей транспортной развязки и соответствующей инфраструктуры, без сомнения, облегчает налаживание как производственных и торговых, так туристических и личных связей между государствами.

Большое влияние на состояние экономики анализируемой трансграничной зоны оказывает приграничная торговля. Так, в 2018 году Беларусь и Польша достигли самого большого товарооборота за последние годы. Он составил 2 млрд. 550 млн долларов. Сальдо в торговле Беларуси с Польшей вышло положительным и составило 138 млн долларов. Больше всего в Польшу поставляются нефтехимия, деревообработка, металлургия и стройматериалы. Польша в 2018 г. инвестировала в экономику Беларуси 445 млн долларов. Больше всего совместных предприятий работает в строительной, торговой и продовольственной сферах. В сотрудничестве Польши и Беларуси участвуют более 100 белорусских компаний из всех регионов страны и 13 польских компаний, которые работают в сферах внедрения биогазовых технологий, строительства, производства продуктов питания, автозапчастей, продукции из чугуна, мебели, табачной продукции, оборудования для перерабатывающей промышленности [3].

Одной из проблем развития экономики в анализируемой трансграничной зоне является отсутствие капитала. Для решения этой проблемы было создано несколько Свободных экономических зон (СЭЗ). К числу основных целей их деятельности относятся привлечение инвестиций, ускорение экономического развития путем развития некоторых сфер экономической деятельности, использование имущества промышленных предприятий, повышение конкурентоспособности продукции и услуг, а также создание новых рабочих мест.

На территории Брестской области создана Свободная экономическая зона «Брест», являющаяся одной из шести Свободных экономических зон. По состоянию на начало 2019 года в СЭЗ «Брест» было зарегистрировано 75 резидентов, в том числе 47 с участием иностранного капитала. Общий объем инвестиций, с момента образования, составил приблизительно 1,5 миллиардов долларов. За 2018 год география экспорта включила 70 стран мира, а субъекты хозяйствования СЭЗ экспортировали товаров на сумму 700 млн долларов.

Для региона характерна развитая телекоммуникационная система, разветвленная сеть автомобильных дорог, а также водная артерия Западный Буг.

Перспективными направлениями привлечения инвестиций в СЭЗ «Брест» являются производство энергосберегающих топливных насосов и систем, электроники для автомобильной промышленности, бесшовных тонкостенных труб, энергосберегающих отопительных систем, биогазовых установок, косметики, каркасных домов, резиново-технических изделий и уплотнителей, а также производство энергосберегающих компактных люминесцентных ламп и светорассеивателей. Для Бреста и для Брестской области в целом сотрудничество, в рамках Еврорегиона «Буг», экономически выгодно, так как это позволяет приобретать новые рынки сбыта продукции, тем самым устанавливая новые экономические связи с украинскими и польскими предприятиями, создавать совместные фирмы и производства, приобретать новые технологии, увеличивать количество рабочих мест, а также привлекать иностранных инвесторов [4].

Таким образом, на развитие региональной экономики в трансграничных структурах, в частности в Еврорегионе «Буг», влияет комплекс факторов, в котором особое место занимают выгодное географическое расположение, внешняя и приграничная торговля, а также привлечение инвестиций.

Список цитированных источников

1. Трансграничное объединение «Еврорегион «Буг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brest-region.gov.by/index.php/ekonomika/prigranichnoe-sotrudnichestvo/123-transgranichnoe-ob-edinenie-evroregion-bug> – Дата доступа: 07.05.2019.

2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp> – Дата доступа: 09.05.2019.

3. Еврорегионы Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beleuroregion.by/ru/new-ru/belarus-i-polsha-v-2018-godu-dostigli-samogo-vysokogo-za-8-let-tovarooborota/> – Дата доступа: 08.05.2019.

4. Свободная экономическая зона «Брест» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fezbrest.com> – Дата доступа: 08.05.2019.

УДК 331.108.53

Казарян К. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В. В.

МАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Целью мотивации является создание условий, «наталкивающих» работников к выполнению своих обязанностей с максимально эффективным результатом.

Проанализировав деятельность предприятия и поставленные задачи, можно сформировать этапы диагностики и повышения производительности труда на примере транспортного предприятия (рисунок 1).

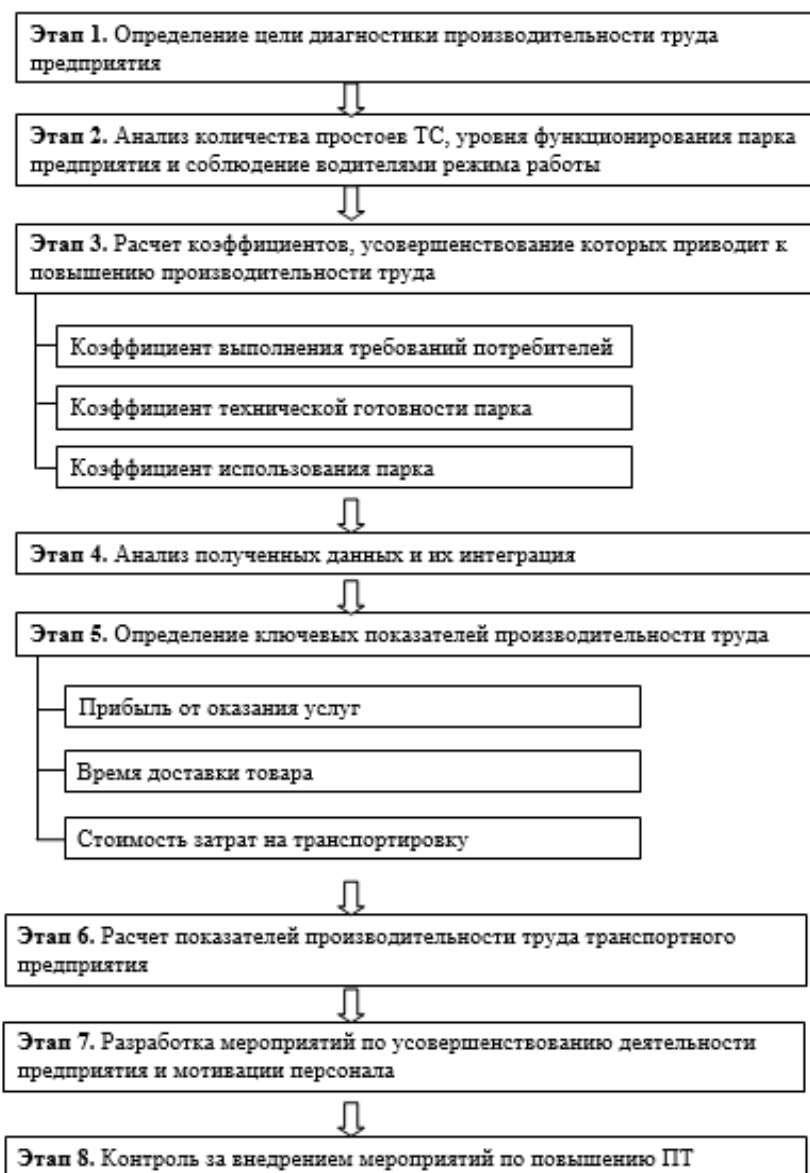


Рисунок 1 – Этапы диагностики и повышения производительности труда

Технические факторы - это количественный состав основных фондов и их структура. Поэтому по данной схеме можно сделать вывод, что усовершенствование фондов предприятия, машин для перевозки грузов, условий для продуктивной работы сотрудников в конечном итоге может благоприятно повлиять на повышение производительности труда.

Одним из средств, с помощью которого может осуществляться мотивирования, является стимулирование. Стимулирование – это процесс использования различных стимулов для мотивирования людей, где стимулы выполняют роль рычагов воздействия, вызывающих действие определенных мотивов. В качестве стимулов могут выступать отдельные предметы, действия других людей, обещания, носители обязательств и возможностей, предоставляемые возможности и многое другое, что может быть предложено человеку в компенсацию за его действия или что он желал бы получить в результате определенных действий. Человек реагирует на многие стимулы не обязательно сознательно. На отдельные стимулы его реакция даже может не поддаваться сознательному контролю.

Материально стимулирование может представлять собой премирование работников за превышение нормы выполненной работы или за снижение

нормы времени на работу, а также за другие успехи в его профессиональной деятельности. Для расчета премии мы берем среднемесячную заработную плату за 2016 год.

После этого устанавливаются нормы по различным показателям, и в случае отклонения от нормы в сторону повышения эффективности труда, определяется коэффициент, характеризующий размер отклонения: чем больше разница, тем выше коэффициент и наоборот.

И далее рассчитываем премию. Назначаем определенную сумму на премирование и в зависимости от коэффициента каждого работника выплачиваем денежное вознаграждение. На примере таблицы 1:

Таблица 1 – Индексы и коэффициенты премии

Индекс (показатель выполненного плана)	Коэффициент премии (переменной части вознаграждения)
Ниже 70%	0
70-80%	0,6
80-89%	0,7
90-95%	0,8
96-98%	0,9
99-101%	1
102-105%	1,3
106-109%	1,4
Выше 110%	1,5

Составим таблицу эффективности повышения производительности труда путем внедрения **материального стимулирования** и рассмотрим несколько возможных вариантов (таблица 2). По данным отчета по труду среднемесячная заработная плата составляет 752,4 руб.

Таблица 2 – Начисление премии сотрудникам в организации

Номер сотрудника	Оклад, руб.	% выполненных работ	Коэф-т выполнения работ	Размер дополнительных начислений	З/п
Сотрудник 1	650	105	1,3	+195	845
Сотрудник 2	800	98	0,9	-80	720
Сотрудник 3	775	100	1	0	775
Сотрудник 4	690	110	1,5	+345	1035
Сотрудник 5	785	90	0,8	-157	628

Данная методика расчет премий является достаточно жесточенной, однако очень эффективной. *Сотрудник 1* незначительно перевыполнил норму работы, однако увеличил свою заработную плату почти на 200 рублей. Эти деньги компенсировали *Сотрудник 2* и *Сотрудник 5* – за невыполнение ежемесячной нормы работы, труд сотрудников был оценен меньше по размеру с их окладом. Введение такой системы материального стимулирования эффективнее влияет на персонал, чем полноценное премирование, так как, чтобы достичь максимальных результатов эффективности труда на предприятии, не допускается выполнение работ ниже нормы, что в свою очередь на примере фирмы стимулирует сотрудников как минимум выполнять 100% объем работ, а некоторых случаях – выше нормы.

Таким образом, материальное стимулирование способствует повышению трудовой мотивации и, как следствие, совершенствованию профессиональных навыков.

УДК 658.5

Казарян К. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В. В.

РАСЧЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА ТРАНСПОРТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Транспортное предприятие не имеет таких показателей, как «количество выпущенной продукции», «объем продаж», «время на изготовление продукции». Тогда встает вопрос: как же рассчитать производительность труда на транспортном предприятии? Производительность труда на транспортном предприятии зависит от нескольких факторов: таких как работа кадров и отделов фирмы, обеспечение транспортного средства и водителя всей необходимой документацией во избежание лишних и непредвиденных затрат в случае возникновения спорных ситуаций, состояние транспортных средств, необходимое для осуществления перевозки. Все эти факторы в сумме позволят повысить производительность труда фирмы и ускорить процесс достижения поставленных целей.

Выявление факторов, оказывающих влияние на производительность труда организации, позволяют рассчитать производительность труда на транспортном предприятии. Для примера возьмем показатели одной фуры, совершающей международные перевозки. Объем кузова составляет примерно 82 м³ для стандартной еврофуры. Так как транспортное средство совершает перевозки на разные расстояния, берем среднее до Нидерланд, которое составляет 4000 км. Продолжительность рейса в одну сторону составляет примерно 2-3 дня, тогда время на выполнения рейса будет равно 6 дней, а это значит, что в день совершается 0,17 рейса. Средняя стоимость за 18 тонн перевозок по Европе составляет 1500 евро, что равно 3500 белорусским рублям. На основе данных можно рассчитать экономические показатели производительности труда на транспортном предприятии (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели для расчета производительности труда

Наименование показателя	Единица измерения	Численное выражение
Кол-во транспортных средств	шт.	66
Кол-во работников	чел.	204
Объем кузова	м ³	82
Разрешенная грузоподъемность	тонн.	20
Средний пробег ТС за 1 рейс	км.	4000
Средняя стоимость 1 тонны перевезенного груза	руб.	3500
Среднее кол-во рейсов в день	шт.	0,17
Время выполнения 1 рейса	дн.	6

Производительность труда – это наглядный и объективный показатель, определяющий рациональность использования имеющихся на предприятии кадровых ресурсов.

Для измерения производительности труда на транспортном предприятии через влияющие на его деятельность факторы используем три основных метода:

1. Выработка (В) – это количество продукции, перевезенной в единицу рабочего времени или приходящееся на одного среднесписочного работника или рабочего в год (месяц, квартал):

$$B = TP/P,$$

где ТП – объем перевезенной продукции, руб.;

Р – среднесписочная численность работников, чел.;

$$B = (0,17 \cdot 20 \cdot 3500 \cdot 66 \cdot 308) / 204 = 1185800 \text{ руб.}$$

2. Трудоемкость (Т) – затраты времени на выполнение единицы продукции (1 рейса).

$$T = BP/PP,$$

где ВР – количество отработанного времени (на выполнение 1 рейса), дн.;

ПР – объем произведенной (перевезенной) продукции, куб. м.;

$$T = 6/82 = 0,07.$$

3. Темпы роста производительности труда – это отношение абсолютного прироста производительности труда к ее базовому значению.

$$TP = (Q_n - Q_b) / Q_b,$$

где Q_п, Q_б – абсолютная производительность в планируемом и базовом периодах.

Измерять производительность труда будем через стоимостной метод, который является наиболее универсальным. Здесь уровень производительности труда определяют путем деления объема продукции в ценовом выражении на численность производственно-промышленного состава.

$$PT_i(v) = Q_{ti} / Ч_i(v),$$

$$PT_i(ip-p) = L_i(ip-p) / Ч_{ip-p},$$

$$PT_i(tp) = P(ip \text{ т.км}) / Ч(I \text{ атп}),$$

где Q_{ti} – объем перевозок в тоннах;

L_i(ip) – пробег автомобилей, приведенный по трудоемкости технического обслуживания и ремонта;

$$PT_i(v) = (66 \cdot 20 \cdot 0,17 \cdot 30) / 204 = 33.$$

Данный показатель отражает количество перевезенных тонн, приходящееся на одного водителя в месяц.

$$PT_i(ip-p) = (66 \cdot 0,17 \cdot 400 \cdot 30) / 204 = 660.$$

Данный показатель отражает пробег автомобиля, приходящийся на одного водителя за анализируемый период.

$$PT(i \text{ атп}) = ((0,17 \cdot 82 \cdot 3500 \cdot 66 \cdot 30) \setminus 204) = 473550.$$

Данный показатель отражает стоимостную производительность, приходящуюся на одного работника автотранспортного предприятия за анализируемый период.

Проанализировав производительность труда на транспортном предприятии, можно определить пути ее повышения, которые будут также многочисленными и конкретными в каждой отрасли промышленности. Такими факторами повышения производительности труда на транспортном предприятии являются:

1. Механизация и автоматизация производственных процессов, как основных, так и вспомогательных. Это прямо высвобождает численность рабочих, а значит, повышает производительность труда.

2. Масштабное внедрение ресурсосберегающих, безотходных и малоотходных технологий.

3. Использование трудосберегающей техники и технологии. Снижение трудозатрат обеспечивает рост производительности труда. Внедрение более производительного оборудования также повышает производительность труда.

4. Концентрация производства. Производительность труда растет за счет условно-постоянной численности, то есть тех категорий работников, численность которых мало зависит от роста объема производства (руководящий персонал, рабочие, занятые на аппаратурных процессах, охрана и т. д.).

5. Рост до оптимального уровня специализации, кооперирования и комбинирования производства.

6. Совершенствование организации управления, труда и производства.

7. Материальное и моральное стимулирование повышения производительности труда. Хотя сам рынок является универсальной стимулирующей системой, но в рамках отдельных отраслей, фирм и предприятий должны быть и свои стимулирующие системы с учетом конкретных условий их функционирования.

8. Внедрение научно-обоснованного нормирования труда и научной организации труда [1].

Список цитированных источников

1. Производительность труда на автотранспортном предприятии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://otherreferats.allbest.ru/economy/00406030_0.html - Дата доступа: 07.05.2019

УДК 338.47.656

Калиновская Т. С., Муха Т. С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кулакова Л. О.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ ЛОГИСТИКИ В БРЕСТЕ

В современном мире логистика является неотъемлемым инструментом управления любым городом Республики Беларусь. На примере города Бреста наблюдается активное внедрение логистической концепции, которая включает в себя не только идею городского управления, но и жизнедеятельность каждого отдельно взятого человека. Таким образом, город есть средоточие формирования многообразия логистических потоков, важнейшими из которых являются финансы, политика, администрация, энергия и т. д. Централизация данных потоков с каждым днем имеет тенденцию к росту, тем временем характеристики города в рамках логистической концепции терпят существенные изменения. Насыщенность и интенсивность указанных выше потоков и их размещение по территории города неравномерны. Например, в центральной части города сосредоточено более концентрированное число потоков. Можно отметить, что в Бресте в последние годы наблюдается тенденция ускорения формирования современной, целостной, хорошо функционирующей информационной системы, объединяющей в себе информационные подсистемы и потоки всех сфер жизни города.

Основной задачей городской логистики является создание прогрессивной системы, которая преодолевает разделение в пространстве, способна рентабельно координировать структуру развивающегося города. С течением времени логистика постепенно трансформируется в главный инструмент в контроле над всеми имеющимися ресурсами, находящимися в управлении городом. Интеграция и инновации в этом случае играют роль методической основы городской логистики [1].

Городская логистика представляет собой систему логистических мер и алгоритмов, направленных на улучшение менеджмента потоков ресурсов, транспорта, информации и прочих в границах подсистем города.

Логистический подход сформировался как интеграция различного рода сфер функционирования с целью получения нужного прогресса с минимальными временными и ресурсными затратами посредством неплотного управления товародвижением.

Задачи, выполняемые городской логистикой, имеют широкую направленность и многообразие, могут быть как простыми, так и сложными. Например, регулировать дорожное движение, или же осуществлять менеджмент социальных и административных потоков. Согласно определению, которое дал городской логистике Евросоюз, она представляет собой комплекс операций менеджмента потоков, где на главную позицию поставлены люди, живущие в рассматриваемом городе. Удовлетворение потребностей жителей есть самая важная роль города.

С экономико-географической точки зрения Брест занимает выгодное географическое положение. Город является транзитной территорией между ЕАЭС и ЕС. Кроме того, в 15 километрах от Бреста находится небольшой аэропорт, совершающий рейсы в Турцию, Египет, Болгарию, Черногорию и Калининград. В скором времени под Брестом планируется построить железнодорожный логистический центр по перегрузке товаров с Востока на Запад и обратно. Также Республика Беларусь заинтересована в том, чтобы больше отечественных товаров поступало на китайский рынок.

Можно отметить, что город Брест смело движется в направлении улучшения городской среды. В связи с ростом населения города и близлежащих районов в комплексе с ростом благосостояния жителей можно заметить увеличение спроса на услуги и товары потребления. Но тем не менее рост спроса опережает рост предложения. В городе недостаточно развита сфера услуг, в том числе и туризма, которым необходимо уделять особое внимание в современном мире.

Существует множество разнообразных проблем, которые городская логистика в силах разрешить. Самые главные из них связаны с низким уровнем культуры производителей и посредников, удаленностью складов от пунктов розничной торговли, плохим развитием транспортной системы. Поскольку значение логистики в целом возрастает с каждым днем, можно сказать, что логистические процессы на сегодняшний момент являются неотъемлемой частью жизни города.

Пассажирский транспорт является важнейшим звеном логистики города Бреста. В Бресте функционируют порядка пятидесяти автобусных маршрутов и девять троллейбусных. Также для передвижения по городу можно воспользоваться маршрутным такси [2]. Транспортная система города Бреста активно развивается. Так, например, в планах имеется позаимствовать некоторые решения от ближайших стран-соседей. В первую очередь главной проблемой являются пробки, в которых вынужден стоять общественный транспорт в час пик. Чтобы это избежать, необходимо сделать отдельные полосы движения для общественного транспорта. Было бы рационально соорудить билетные автоматы для оплаты проезда, которые стали бы альтернативой билетным киоскам на остановках, что значительно сэкономило бы время людей. Кроме всего вышеперечисленного, в европейских странах имеется бесплатный WI-FI в общественном транспорте. Но, к сожалению, для Бреста это пока не является возможным, так как автобусный парк не имеет для этого источников фи-

нансирования, более того, хронически демонстрирует отрицательную рентабельность, а троллейбусный парк не считает это необходимым.

К тысячелетию города Бреста планируется завершить стройку самого большого путепровода в стране, который назвали «Западный обход». Он будет представлять собой транспортное шестиполосное кольцо диаметром 140 метров, находящееся над пятью железнодорожными переездами. Центр города Бреста расположен между рекой Мухавец и железной дорогой. Можно заметить, что по южной стороне реки имеется множество спальных районов, на севере – частный сектор, различные предприятия. Эти факторы затрудняют движение на дорогах, не давая развиваться северным и южным территориям. Автомагистраль общественного назначения «Западный обход» строится как раз для того, чтобы решить ряд данных проблем. Основные цели путепровода – разгрузить центр от общественного транспорта и грузовых автомобилей, избавиться от долгих простоев на железнодорожных переездах. Автомагистраль соединит дороги М-1 и Р-17, а также международные пункты пропуска «Брест – Тересполь» и «Козловичи – Кукурыки». Нормативная продолжительность строительства объектов такого типа – 5 лет, но уложиться необходимо в два с половиной года. Одновременно на объекте работают более 250 человек без выходных вахтовым способом [3].

В перспективе Брест может стать площадкой для внедрения нового вида транспорта, который в 2017-2018 гг. был разработан в лабораториях Брестского государственного технического университета. Суть инновационного транспорта заключается в том, что он может функционировать без ежеминутного участия человека, т. е. автоматически. Главной целью данной разработки является замена большей части современных автобусов и троллейбусов. Альтернативой автобусам и троллейбусам будет электрокар небольшого размера, вместимостью до 50 человек, который будет оснащен компьютером, соединенным с сервером. Для передвижения таких электрокаров на магистральных улицах будет выделено две полосы в прямом и обратном направлениях. На остановках будут установлены турникеты, пассажиры заранее оплатят проезд и укажут, на какой остановке хотят выйти. Данная информация будет передана на сервер. Важнейшей задачей данного проекта является составление наиболее гибких маршрутов, чтобы доставлять всех пассажиров с наименьшими временными затратами в соответствии с их пожеланиями [4].

Благодаря развитию логистической концепции, широкому внедрению её принципов в ежедневную жизнь людей, научно-техническим инновациям, высокие технологии - вчера фантастика, сегодня становятся реалиями современных городов.

Список цитированных источников

1. Городская логистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0. – Дата доступа: 20.05.2019.
2. Маршруты городского транспорта Бреста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wikiroutes.info/brest>. – Дата доступа: 20.05.2019.
3. Западный обход и Кобринский мост: как идут работы? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://virtualbrest.by/news60226.php>. – Дата доступа: 20.05.2019.
4. Брест может стать полигоном для нового вида транспорта, разработанного в БрГТУ. Но не добавит ли автоматизация безработных? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vb.by/ru/society/science/it_elektrotransport_v_breste.html. – Дата доступа: 20.05.2019.

УДК 378.147

Карпук Д. Ю.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н. П.

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАНЫ

За последние несколько лет белорусский рынок информационно коммуникационных технологий вырос в несколько раз. В нашей стране ведется активная государственная поддержка ИТ-отрасли. В 2005 году в Белоруссии был основан Парк высоких технологий, в который за прошедшее время удалось привлечь около 400 резидентов, занимающихся искусственным интеллектом и глубоким обучением. ПВТ включает в себя проекты из США (в том числе из Кремниевой долины), Китая, Кипра, Норвегии, Израиля, Великобритании, Австрии, Нидерландов, Франции, России.

Основой такого успеха стали законодательные и образовательные инициативы. Декрет №8 «О развитии цифровой экономики», подписанный в конце 2017 года, послужил основой для развития блокчейн-технологий. Были введены элементы британского права и расширены виды деятельности резидентов ПВТ: теперь они могут варьировать от создания беспилотных автомобилей до поддержки образования со стороны ИТ-компаний.

Эффект от Декрета №8 стал заметен сразу. За первое полугодие 2018 года экспорт Парка высоких технологий вырос на 40% без учета новых компаний. Следует отметить, что это значение превышает достижения 2017 года, когда впервые в истории экспорт преодолел планку в \$1 млрд и вырос на 25%.

В 2018 году открыт фонд *Bulba Ventures*, специализирующийся на искусственном интеллекте и машинном обучении. В 2018 году фонд проинвестировал три проекта: *Friendly Data*, *Rocket Body* и *Wannaby*, которые принесли немалый доход стране.

Компьютерное зрение становится общемировым трендом. Покупка компанией Google стартапа *AlMatter* и покупка Facebook компании *MSQRD* символизируют «эпоху расцвета» белорусских ИТ-технологий.

Потребность в специалистах сформировала новые профессии, такие как научный сотрудник, инженер по машинному обучению, специалист по глубокому обучению.

Для развития информатизации Беларуси была разработана Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016 – 2020 годы. Реализация Государственной программы направлена на достижение одного из приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь – эффективные инвестиции и ускоренное развитие инновационных секторов экономики.

Программа включает следующие подпрограммы, содержащие системообразующие мероприятия национального масштаба в сфере информационно-коммуникационных технологий: «Информационно-коммуникационная инфраструктура»; «Инфраструктура информатизации»; «Цифровая трансформация».

Государственной программой предусмотрено выполнение работ на базе современной информационно-коммуникационной инфраструктуры, направленных на оказание государственных услуг и осуществление административных процедур в электронном виде, повышение их доступности, а также стимулирование экспорта услуг в сфере ИКТ, внутреннего спроса реального сектора экономики, сферы услуг, социальной сферы, сферы государственного управления на качественные ИТ-услуги.

Для выявления перспектив развития информационных технологий Беларуси предлагается сделать корреляционно-регрессионный анализ, который позволит выявить наиболее перспективные направления развития сектора ИКТ.

При моделировании экономического процесса все его составляющие являются показателями, характеризующими его состояние, динамику. По этим показателям исследуются различные варианты развития рассматриваемого процесса.

Валовой внутренний продукт является обобщающим показателем всех произведенных товаров и услуг в стране. Рассмотрим динамику ВВП с 2007 года в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика ВВП Беларуси за 2007 – 2017 годы, млрд долл. США

Год	ВВП	Темп роста, %	Темп прироста, %
2007	45,3	122,5	22,49
2008	60,8	134,2	34,17
2009	50,9	83,72	-16,28
2010	57,2	112,5	12,52
2011	61,4	107,3	7,25
2012	65,7	107,0	7,01
2013	75,5	115,0	14,96
2014	78,7	104,3	4,29
2015	56,3	71,54	-28,46
2016	47,7	84,69	-15,31
2017	54,4	114,1	14,12

Как видно в таблице 1, ВВП имеет неоднозначную динамику. Так, в 2014-2015 году наблюдается отрицательная динамика. Снижение валового внутреннего продукта в 2014 году обусловлено ухудшением внешнеэкономической обстановки. Положительный вклад в ВВП, обеспеченный строительством и торговлей, не смог компенсировать падение, произошедшее в других секторах экономики - промышленности, транспорте и связи. За 2015 год ВВП так же ухудшило свое значение, этому послужило резкое падение цен на нефть и нефтепродукты, снижение экспорта. В 2017 году темп роста ВВП впервые за 2 года имеет положительное значение и составил 14,12%.

ИТ-индустрия приобретает стратегическое значение для Беларуси. На ее долю приходится 10,5% ВВП в секторе услуг, 5,1% общего ВВП и 3,2% экспорта. Проанализируем влияние экспорта сектора ИКТ на ВВП страны. В качестве результирующего показателя возьмём динамику ВВП с 2007 по 2016 года: отношение ВВП текущего года к ВВП предыдущего. За показатели, влияющие на его динамику, возьмём динамику экспорта услуг сектора ИКТ за соответствующий период. Корреляция составила 0,8665 и это значит, что между показателями намечается сильная корреляция. Рассмотрим рисунок 1.

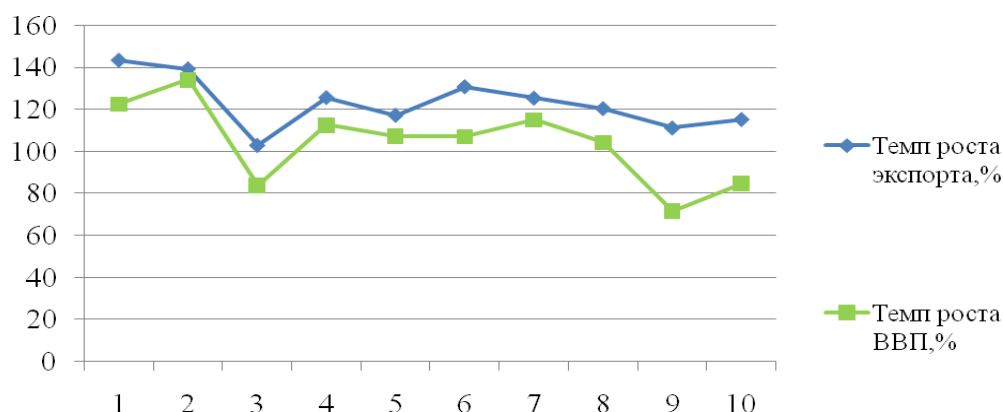


Рисунок 1 – Влияние темпов роста экспорта на темп роста ВВП, %

На рисунке 1 подтверждается сильная взаимосвязь между показателями.

Для решения сложившихся проблем и совершенствования деятельности предприятий на рынке информационных технологий необходимо провести ряд мероприятий (таблица 2)

Таблица 2 – Перечень мероприятий, направленных на совершенствование деятельности предприятий

Наименование мероприятий	Прогнозируемый эффект от реализации
1. Привлечение дополнительных заказчиков информационных и других услуг за счет улучшения маркетинговой работы.	Наращивание выручки от реализации продукции, увеличение добавленной стоимости, увеличение рентабельности.
2. Ликвидация убытков по вводу и обработке первичных статистических данных путем оптимизации численности.	Снижение себестоимости, увеличение прибыли, рентабельности предприятия.
3. Модернизация комплекса электронной обработки статистической информации	Повышение производительности, сокращение времени обработки данных, увеличение прибыли

Таким образом, внедрение предложенных мероприятий будет способствовать росту ИТ услуг в Беларуси и, как следствие росту ВВП страны. Особенно актуально увеличение экспорта ИТ услуг, что обеспечит приток валют в страну.

Список цитированных источников

1. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/file4c1542d87d1083b5.PDF> – Дата доступа 13.05.2018.

2. Отчет Всемирного банка «Doing Business» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/belarus> – Дата доступа: 13.05.2018.

3. Результат принятия Декрета №8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/posledstviya-dekreta-No8-kolichestvo-vstupayuschih-v-pvt-vyroslo-v-10-raz?highlight> – Дата доступа 13.05.2018.

УДК 338.264

Ковалевич М. Н.

Научный руководитель: ст. преподаватель Ермакова Э. Э.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Экономика изменяется настолько быстро, что построить формальный прогноз потенциальных рисков и возможностей поможет только стратегическое планирование на предприятии. Именно этот способ помогает руководству или собственнику поставить долгосрочные цели, создать план их выполнения, минимизирующий риски и включающий в себя задачи всех подразделений компании.

Целью данной работы является установление возможностей стратегического планирования на предприятии, разработка направлений эффективной стратегии предприятия.

Поставленная цель предопределила решение следующих задач:

- теоретическое обоснование особенностей инструментов стратегического планирования;

- определение основных этапов стратегического планирования на предприятии;

- разработка подходов к развитию стратегического планирования.

Актуальность выбранной темы обусловлена меняющимися экономическими условиями, что диктует предприятиям необходимость переходить к стратегическому управлению, которое подразумевает под собой комплекс работ по разработке стратегии развития предприятия с использованием большой гаммы формализованных процедур. Эти процедуры направлены на построение, как образа будущего предприятия, так и программы перехода от текущего состояния к этому образу. На данном этапе необходимо учитывать тенденции развития отрасли, изменения конъюнктуры рынка, сильные и слабые стороны компании, имеющиеся возможности и угрозы и множество других факторов, воздействующих на внутреннюю и внешнюю среду.

Стратегическое управление – это такое управление, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей.

Проблемы стратегического управления чаще всего возникают в результате действия многочисленных внешних факторов. Поэтому, чтобы не ошибиться в выборе стратегии, важно определить, какие экономические, политические, научно-технические, социальные и другие факторы оказывают влияние на будущее организации. Стержнем стратегического управления выступает система стратегий, включающая ряд взаимосвязанных конкретных предпринимательских, организационных и трудовых стратегий. Стратегия – это заранее спланированная реакция организации на изменение внешней среды, линия ее поведения, выбранная для достижения желаемого результата.

Сущность стратегического планирования заключается в формулировании основных направлений деятельности предприятия (миссии) и показателей его развития на планируемый период (целей), определяющих желаемый результат его деятельности в целом и в конкретном бизнесе. В рамках стратегического планирования обеспечивается комплексное обоснование проблем, с которыми может столкнуться предприятие, и определяются действия по их разрешению, а также разрабатывается конкретный план управленческих действий (стратегии) по выполнению миссии предприятия и достижению сформулированных целей [1].

Изменения, происходящие во внешней среде, требуют от организаций оперативного и стратегического реагирования на них. С целью достижения высоких результатов деятельности необходимо постоянно отслеживать эффективность системы, постоянно искать новые ресурсы для улучшения результативности.

Стратегические планы должны быть разработаны так, чтобы быть целостными в течение длительного периода и одновременно быть достаточно гибкими, позволяющими при необходимости осуществить их совершенствование и переориентацию. Общий стратегический план следует рассматривать как программу деятельности предприятия на длительный период времени с условием, что постоянно меняющаяся деловая и социальная обстановка делает коррективы этого плана неизбежными [1].

Определение ответственности и целей со стратегическими планами в фирме состоит также в том, чтобы сформировать и передать обозначенному должностному лицу такую меру ответственности и полномочий, которая позволит ему полноценно управлять компанией в течение всего срока нахождения в должности.

Постановка стратегических планов проходит через следующие этапы:

Этап 1. Определение миссии предприятия. Процесс выявления миссии предполагает собой ответ на вопрос, зачем существует предприятие, какова его роль и место во внешнеэкономической сфере. Во внутренней деятельности четкая определенная роль помогает персоналу чувствовать единство, придерживаться культуры поведения. Во внешней деятельности понятно изложенная миссия помогает установлению единого образа компании на рынке, только ему свойственного имиджа, рассказывает о роли предприятия в экономической и социальной сферах, а также о том, как оно должно восприниматься покупателями [2].

Этап 2. Формулирование целей и задач функционирования предприятия. Поставленные цели не просто показывают то состояние, к которому придет компания после их достижения, они также должны мотивировать сотрудников на их реализацию. Поэтому цели должны соответствовать следующим параметрам: функциональность – важно определить функции поставленных целей, так как руководитель должен иметь возможность адаптировать цель и делегировать ее в подходящем виде; избирательность – для исполнения цели всегда привлекаются определенные ресурсы [2].

Этап 3. Анализ и оценка внешней среды. При анализе внешней деятельности и окружения в расчет берутся две составляющие: макросреда и микросреда. При изучении макросреды анализируются следующие элементы: экономическая деятельность и ее уровень развития; правовое обеспечение; социальное и культурная сферы жизнедеятельности; уровень технического и научного развития; уровень инфраструктуры; политическое состояние общества; уровень ресурсов, состояние окружающей среды. Микроокружение компании включает в себя те фирмы, которые находятся в непосредственном взаимодействии с компанией, то есть изучаются постоянно контактирующие с ней предприятия [2].

Этап 4. Анализ и оценка внутренней структуры предприятия. Исследование внутренней среды предприятия помогает понять, какие имеются ресурсы и потенциальные возможности для компании при движении к поставленным целям. При этом анализ и изучение проводят в следующих областях: маркетинговой; производственной; исследовательско-новаторской; распространения продукции; ресурсных возможностей. Аналитическая работа в данном случае предполагает изучение потенциальных рисков для деятельности компании, а также для определения положительных и отрицательных черт, свойственных фирме [2].

Этап 5. Разработка и анализ стратегических альтернатив. Альтернативы прорабатывают для определения путей реализации поставленных целей и выполнения задач, определенных в миссии организации. Сценарий будет зависеть от того положения компании, которое существует на данный момент. При этом, прорабатывая стратегическую альтернативу, нужно определиться с тремя моментами: какая деятельность ликвидируется; какая деятельность продолжается; в каком бизнес-направлении начинать новую деятельность [2].

Этап 6. Выбор стратегии. Для того чтобы выбрать максимально эффективную стратегию, нужно опираться на четко выстроенную и со всеми согласованную систему деятельности компании. Выбор стратегии должен быть четким и недвусмысленным. То есть должно быть выбрано одно направление, которое максимально подходит под деятельность данной компании. Этапы, на которых разрабатывается стратегия, и то, в каком виде ее доносят до коллектива, имеют обобщенную форму и в зависимости от деятельности фирмы могут изменяться [2].

Этап 7. Реализация стратегии. Реализацию проводят с помощью совокупности действий: разрабатывают различные программы и процедуры, из которых составляются планы на длительные и на краткие сроки. Для полноценной реализации выполняют следующие действия: знакомят сотрудников компании с поставленными целями для того, чтобы они принимали участие в процессе их достижения; компания всегда предоставляет ресурсы, необходимые для успешной реализации, подготавливает план для ее проведения; при осуществлении деятельности по выполнению поставленных целей руководители на каждом уровне действуют согласно своим полномочиям и поставленным задачам [2].

Этап 8. Оценка выбранной (реализуемой) стратегии. Стратегия оценивается по ответу на вопрос – сможет ли компания реализовать поставленные задачи? Если выработанная стратегия на этот вопрос дает положительный ответ, то далее ее анализируют по параметрам такого рода: насколько она коррелирует с запросами внешней деятельности; насколько коррелирует с потенциалом развития компании; насколько приемлем уровень риска в данной стратегии. Реализация стратегии подвергается оценке. Обратная связь помогает контролировать этот процесс и вносить изменения в случае необходимости [2].

Высшее звено руководства несет ответственность за выработку мер реагирования на условия внешней деловой среды, а также за их практическую реализацию.

Рост эффективности стратегического планирования обусловлен многими факторами, основными из которых являются:

- снижение трудо-, материало-, фондо- и капиталоемкости производства продукции, рациональное использование природных ресурсов, экономия времени и повышение качества продукции;
- ускорение научно-технического прогресса, повышение технико-экономического уровня производства; совершенствование структуры производства; совершенствование форм и методов организации производства, планирования, мотивации, трудовой деятельности;
- освоение новых видов продукции; механизация и автоматизация; внедрение прогрессивных технологий и нового оборудования; улучшение использования ресурсов; совершенствование стиля управления.

Список цитированных источников

1. Бадалов, Л. М. Некоторые особенности стратегического планирования развития корпорации // Экономические стратегии. – 2007. - N 2. - С. 190-197.
2. Свэйм, Р. Стратегии управления бизнесом Питера Друкера – СПб. : Питер, 2011. – 413 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Несмотря на то, что понимание значимости стратегического планирования в Беларуси растет, не все предприятия могут успешно реализовать стратегию. Это вызвано рядом факторов, наиболее значимым из которых является отсутствие системного подхода, при котором реализация плана развития идет последовательно, а не время от времени, при условии свободных ресурсов и низкой загруженности кадров.

Целью данной работы является повышение возможностей эффективного использования стратегического планирования на предприятии. Поставленная цель предопределила решение следующих задач:

- теоретическое обоснование сущности подходов стратегического планирования;
- определение основных функций стратегического планирования;
- разработка критериев оценки стратегического планирования на предприятии.

Актуальность выбранной темы обусловлена востребованностью на разных уровнях управления и в различных отраслях применения успешных стратегий.

Стратегическое планирование на практике осуществляется четырьмя разными по своей сущности подходами: процессный, ситуационный, системный и проектный.

В первом подходе функции менеджмента рассматриваются как неразрывная последовательность действий (процессов), взаимосвязанных между собой, при которых достижение цели зависит в первую очередь от слаженности работы всего коллектива, а не отдельных его представителей.

Системный подход акцентирует своё внимание на том вопросе, что компания является одновременно целостной, автономной системой, но которая функционирует неразрывно с внешним окружением. Другими словами, стратегия развития должна учитывать не только факторы внутренней, но и внешней среды, только в таком случае за счет сильных качеств компании как системы будет возможность разработать меры реагирования на возмущения конкурентного рынка [1].

Повышение значимости научного подхода к управлению компанией привело к возникновению другого подхода – ситуационного. Главной гипотезой подхода является предположение, что набор конкретных методов и инструментов зависит исключительно от конкретной компании в конкретный период ее работы с фиксированным внешним окружением. Другими словами, меняющиеся условия актуализируют разные инструменты, применение которых актуально лишь при конкретно заданных условиях. На современном динамичном рынке такой подход приобретает особую актуальность, когда постоянно происходят изменения и потрясения.

Однако наиболее востребованным подходом на сегодняшний день является проектный. В целом, проектное ведение деятельности хозяйствующего субъекта сейчас все больше встречается на рынке. Компании постепенно пе-

реходят на проектные типы организационных структур, которые позволяют в кратчайшие сроки подбирать команду, способную совместно реализовывать какой-то краткосрочный и среднесрочный проект [2].

При проектном подходе к формированию и внедрению стратегии компании все осуществляемые изменения также выстраиваются в проектной форме. Подвижность организационной структуры помогает своевременно консолидировать необходимые ресурсы для выполнения конкретной задачи, при жестком закреплении функционала для каждого подразделения такое невозможно.

Стратегическое планирование объединяет ряд **функций**, в число которых входит и управление развитием.

Совокупность основных элементов и функций стратегического планирования развития, которые подвергаются трансформации и переводятся из исходного состояния в желаемое и требуют управления в процессе развития, представим в таблице 1.

Таблица 1 – Функции стратегического планирования развития предприятия

Исходное состояние 1	Управление развитием 2	Требуемое состояние 3
Имеющаяся структура предприятия	Реструктуризация или создание новой структуры	Устойчивая работа в новых условиях
Исходные функции, выполняемые предприятием	Коррекция и изменение функций	Новые функции не противоречат старым
Исходная структура подразделений предприятия	Реструктуризация подразделений	Согласованность в работе подразделений
Исходные функции подразделений предприятия	Коррекция и изменение функций подразделений	Надежность реализации новых функций
Исходные функции, квалификация, навыки, качества и способности сотрудников предприятия	Коррекция и мнение функций, квалификации, навыков, качеств и способностей сотрудников предприятия	Преимущество новых функций, квалификации, навыков, качеств и способностей сотрудников предприятия

Развитие предприятия не может рассматриваться без представления о будущем фирмы, целях, задачах, механизмах и действиях. Управление развитием отличается от управления тем, что при управлении выполняются текущие функции и процессы. Управление развитием предприятия – это сознательное регулирование деятельности предприятия в целях повышения его эффективности, роста производительности труда, улучшения качества продукции и обеспечения его конкурентоспособности.

При профессиональном управлении развитием функция развития является одним из самостоятельных направлений деятельности предприятия.

Основная идея развития предприятия – это переход из исходного состояния, в котором предприятие находится в настоящий момент, в новое состояние, которое будет в будущем.

Чем больше стратегия соответствует внутренней и внешней среде предприятия, обеспечивает его конкурентоспособность, повышает производительность, тем больше оснований достичь успеха.

Руководителям предприятия необходимо знать, насколько эффективно функционирует на предприятии стратегическое планирование, для чего Д. Б. Мельничук рекомендует оценивать его по следующим критериям [2]:

- качество команды предприятия, занимающейся стратегическим планированием;

- философские основы бизнеса. Философия стратегического планирования и менеджмента – миссия, будущий образ предприятия;
- качество планирования цикла (бизнес-процесса) стратегического планирования. Управление процессами – реализация динамической совокупности взаимосвязанных управленческих процессов (бизнес-процессов) принятия и осуществления стратегических решений, осуществление цикла стратегического управления;
- качество управления процедурами стратегического планирования. Управление процедурами – выполнение совокупности процедур, обеспечивающих функционирование системы стратегического планирования;
- качество управления маркетингом. Управление маркетингом – ориентация на удовлетворение потребностей;
- интеграция внутрифирменного планирования. Управление интеграцией – обеспечение равновесия между стратегической и текущей ориентацией на основе координации.

В целом же экономическая эффективность предприятия требует ее качественной и количественной оценки, то есть определения критерия и показателей эффективности производства.

На уровне предприятия формой единого критерия эффективности его деятельности может служить максимизация прибыли.

Эффективность производства находит конкретное количественное выражение в системе показателей, характеризующих эффективность использования основных элементов производственного процесса.

Система показателей экономической эффективности производства должна соответствовать следующим принципам:

- обеспечивать взаимосвязь критерия и системы конкретных показателей эффективности производства;
- определять уровень эффективности использования в производстве ресурсов;
- обеспечивать измерение эффективности производства на разных уровнях управления;
- стимулировать мобилизацию внутрипроизводственных резервов повышения эффективности производства [3].

Выделенные методологические и методические подходы к совершенствованию стратегического планирования на предприятии позволяют:

- разработать систему принципов формирования стратегического плана развития предприятия;
- выделить основные направления развития предприятия;
- сформулировать методологический прием, определяющий облик процесса стратегического планирования на предприятии (сценарный подход) и положения, на которых основывается разработка сценариев;
- выявить научные подходы, применяемые при разработке стратегических решений;
- определить критерии и показатели, характеризующие эффективность стратегического планирования.

Таким образом, охарактеризованное содержание стратегического планирования, выявленные тенденции и факторы развития теории и практики стратегического планирования, а также представленные методологические и методические подходы анализа стратегического планирования базируются на системно-структурной основе, которая способна обеспечить научное стратегическое управление развитием предприятия.

Список цитированных источников

1. Буланова, Н. Миссия фирмы – это очень серьезный катализатор бизнеса // Секретарское дело. – 2012. – № 10. – С. 18-26.
2. Мельничук, Д.Б. Механизм оценки состояния системы стратегического управления предприятием – М.: Инфра-М, 2007. – 293 с.
3. Вайсман, Е.Д. Карты позиционирования в стратегии развития фирмы // Маркетинг. – 2010. – N 1 (110). – С. 39-47.

УДК 004.9

Ковальчук А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Рамская Л. К.

ОРГАНИЗАЦИЯ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК ПО ГОРОДАМ БЕЛАРУСИ

В настоящее время происходит бурное развитие транспортной инфраструктуры как пассажирских, так и грузовых перевозок. На протяжении нескольких десятилетий изучением данного процесса занимается логистика. Логистика – наука, предмет которой заключается в организации рационального процесса движения товаров и услуг от поставщиков сырья к потребителям, функционирования сферы обращения продукции, товаров, услуг, управления товарными запасами и провиантом, создания инфраструктуры товародвижения [1]. Логистика играет роль интегрированной системы, которая развивается до сих пор и охватывает все процессы деятельности компании.

Для прогрессивного развития экономики Республики Беларусь актуальным является вопрос улучшения транспортной логистики. Благодаря своему географическому положению, как внутриконтинентальное государство, наша страна имеет привлекательность в сфере международного транзита, а также в поиске новых перспективных рынков транспортных услуг.

С интегрированием республики в мировую экономику и повышением транспортно–логистического потенциала страны, реализуются преимущества рационального использования транспортных сетей, оптимального расположения логистических центров, что обеспечивает выгодные пути и временные затраты на прохождение грузов. Логистика является одной из непрерывно развивающихся отраслей современной экономики.

С появлением прогрессивной идеологии управления цепочкой поставок (Supply Chain management) в передовых фирмах непрерывно повышается уровень интеграции всех функций логистики. Внедрение в логистическую систему новейших информационных технологий и методов оптимизации логистических ресурсов позволяет предприятию улучшить эффективность управления транспортной и сбытовой деятельностью, сократить товарно-материальные запасы, снизить операционные издержки и себестоимость продукции, а также повысить степень удовлетворенности потребителей логистическим сервисом.

Рассмотрим логистику как дисциплину математической логики. Первоначально логистика в бизнесе была призвана оптимизировать движение материальных потоков во времени и в пространстве на основе экономико-математического моделирования. Начало развитию этой концепции положило использование в организациях компьютерной техники. На сегодняшний день признание высокой значимости математики в логистике требует формирования навыков применения результатов оптимизационных расчетов при принятии управленческих решений.

По мере развития компьютерной техники и программного обеспечения поддержки принятия управленческих решений логистика все в большей степени стала обращать внимание на необходимость развития информационной среды принятия решений и автоматизацию типовых задач. Информационная, или технологическая, концепция потребовала от логистов активной работы по моделированию бизнес-процессов логистической сферы и автоматизации их выполнения [2].

Вот почему авторов заинтересовала идея разработки приложения в электронной таблице Excel, которое бы позволило упростить и автоматизировать процесс поиска оптимального пути перемещения грузов, благодаря чему предприятие сможет существенно сократить логистические издержки и максимально эффективно использовать свои производственные возможности.

Нахождение кратчайшего пути перевозки является классической задачей транспортной логистики. В рамках её решения необходимо составить оптимальный маршрут перевозки некоторой транспортно-логистической компании по территории Республики Беларусь. Данная разработка позволяет сотруднику отдела логистики автоматизировать процесс нахождения кратчайшего пути перевозки груза, то есть решает проблему доставки товара в конкретный пункт назначения с минимальными затратами.

Задачу о нахождении кратчайшего пути удобнее всего решать в рамках теории графов [3, с. 187]. В данном случае необходимо попасть из Бреста в Витебск. Начальные условия данной задачи представлены в виде взвешенного ориентированного графа на рисунке 1. Каждая из дуг имеет свой вес. По условию данной задачи вес дуги – это расстояние между соответствующей парой городов Беларуси.

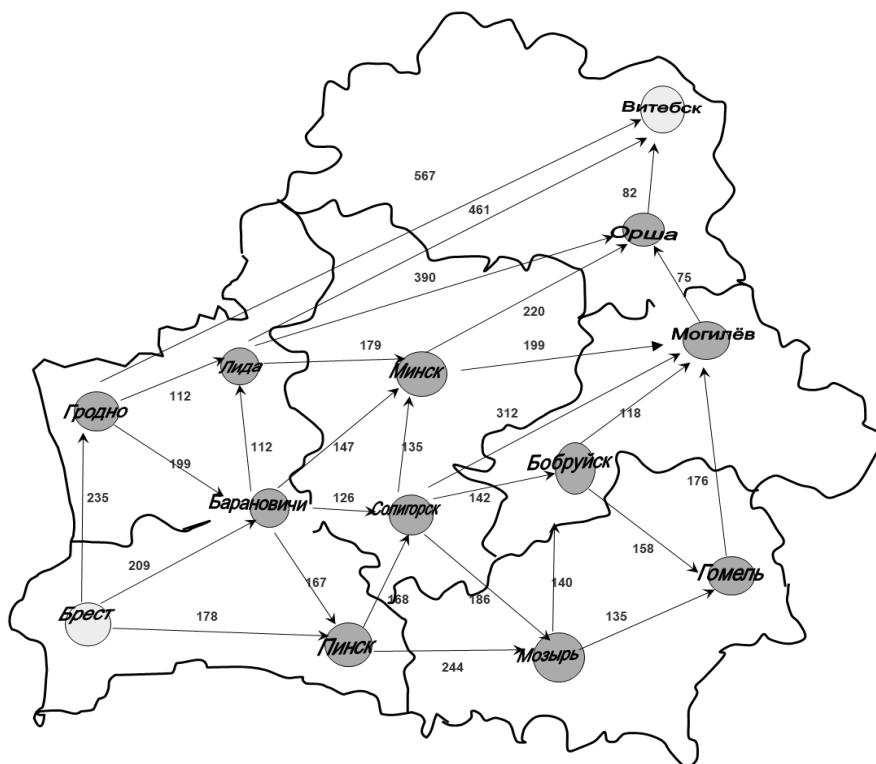


Рисунок 1 – Граф расстояний между городами Республики Беларусь

Исходные данные отображены в виде таблицы 13 × 13, представленной на рисунке 2.

		Пункт назначения													
		Брест	Гродно	Барановичи	Лида	Пинск	Мозырь	Солигорск	Минск	Бобруйск	Гомель	Могилёв	Орша	Витебск	
Пункт отправления	Брест	0	235	209	0	178	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Гродно	0	0	199	112	0	0	0	0	0	0	0	0	567	
	Барановичи	0	0	0	112	167	0	126	147	0	0	0	0	0	
	Лида	0	0	0	0	0	0	0	179	0	0	0	390	461	
	Пинск	0	0	0	0	0	244	168	0	0	0	0	0	0	
	Мозырь	0	0	0	0	0	0	0	0	140	135	0	0	0	
	Солигорск	0	0	0	0	0	186	0	135	142	0	312	0	0	
	Минск	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	199	220	0	
	Бобруйск	0	0	0	0	0	0	0	0	0	158	118	0	0	
	Гомель	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	176	0	0	
	Могилёв	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	0	
	Орша	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	82	
	Витебск	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Рисунок 2 – Таблица расстояний между городами Республики Беларусь

По строкам в таблице расположены города отправления, по столбцам – города назначения, а на пересечении – расстояние согласно исходной математической модели. Если же связи между городами нет, то указывается значение «0». Кратчайший путь находим, используя надстройку «Поиск решения». Следует отметить, что первоначально список населенных пунктов в исходной таблице был более обширным. Однако в ходе решения задачи авторами была установлена особенность надстройки Excel, а именно «Поиск решения» не работает с количеством изменяемых ячеек, больше 225 (что составляет таблицу 15×15), но и с таким количеством ячеек решалась задача некорректно. Поэтому авторы вынуждены были сократить количество населённых пунктов до тринадцати.

Поскольку необходимо найти кратчайшее расстояние, то ЦФ (целевая функция) должна стремиться к минимуму, учитывая целый ряд ограничений, касающихся области изменяемых данных (ячейка равна нулю – машина не едет по данному маршруту, а единица означает – едет), значение ячейки, из которой машина выезжает и куда приезжает, также равна единице, и т. д. Таким образом, заполняются все ограничения окна «Поиск решения», представленного на рисунке 3. В итоге найден кратчайший путь (Брест - Барановичи - Минск - Орша - Витебск) с расстоянием в 658 километров.

Оптимизировать целевую функцию:

До: Максимум Минимум Значен

Изменяя ячейки переменных:

В соответствии с ограничениями:

\$P\$24:\$P\$34 = \$D\$36:\$N\$36
 \$O\$36 = 1
 \$C\$36:\$O\$36 <= 1
 \$C\$23:\$O\$35 = бинарное
 \$P\$23 = 1
 \$C\$23:\$O\$35 <= \$C\$3:\$O\$15
 \$P\$23:\$P\$35 <= 1

Рисунок 3 – Окно «Поиска Решения»

Кроме того, в приложении предусмотрена настройка справочного листа расценок и расхода топлива, используя его, с помощью функций поиска ВПР() и ПОИСКПОЗ() находится стоимость топлива, необходимого для осуществления грузоперевозки конкретной грузоперевозки. При изменении цены конкретного вида топлива в справочной таблице выполняется необходимая корректировка и стоимость маршрута пересчитывается.

Таким образом, авторами создано приложение, которое способно за короткий промежуток времени составить оптимальный маршрут транспортировки продукции, значительно снижая затраты на перевозку груза.

Эффективность данной разработки заключается в том, что она автоматизирует процесс построения оптимального маршрута транспортировки, тем самым сокращает её продолжительность. Данная работа, при незначительной настройке таблицы с расстояниями между конкретными населёнными пунктами, может быть успешно использована отделом логистики любой компании для снижения общих транспортных издержек.

Кроме того, данная разработка может быть адаптирована к специфике любой компании, задачей которой является организация процесса транспортировки готовой продукции.

В результате использования данной разработки можно достичь определённого экономического эффекта. Хорошо отлаженный процесс организации грузоперевозок транспортной фирмы и разработка оптимального маршрута позволяют значительно снизить логистические издержки.

Список цитированных источников

1. Фразелли, Эдвард. Мировые стандарты складской логистики / Эдвард Фразелли. – М.: Альпина, 2012. – 330 с.
2. Стерлигова, А.Н. Логистика и управление цепями поставок / А.Н. Стерлигова. – М.: Бизнес Элайнмент, 2008. – 168 с.
3. Трусов, А.Ф., Excel 2007 для менеджеров и экономистов: логистические, производственные и оптимизационные расчёты / А.Ф. Трусов. – СПб.: Питер, 2009. – 256 с.

УДК 004

Козорез И. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ИТ-АКТИВОВ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Введение. В современном мире создается все больше и больше новых видов информационных технологий, в связи с чем в организациях растет объем ИТ-активов, поэтому актуальным является учет и управление ИТ-активами. Возникает все больше вопросов, на которые не способен ответить бухгалтерский учет организации.

Актуальность данной темы поясняется тем, что бизнес начинает в значительной степени зависеть от ИТ-сервисов, которые обеспечивают оптимальное решение его текущих задач и поддерживают развитие. Важным является то, что нужно тщательно подходить к анализу и планированию ИТ-активов. Но все это не так легко осуществить, если в законодательстве нет четкого представления о том, какие активы – оборудование и программное обеспечение – находятся в его распоряжении, где они расположены, кто их использует и как, сколько они стоят, причем на протяжении всего их жизненного цикла.

Цель написания статьи заключается в необходимости определить стоимость ИТ-активов в целом или отдельно на предприятии, не акцентируя внимание в разрезе всех имеющихся на предприятии основных средств и нематериальных активов.

Основная часть. Определение стоимости ИТ-активов является одним из наиболее актуальных моментов в деятельности любого субъекта хозяйствования, поскольку величина имеющихся ИТ-активов характеризует уровень инновационности и информационного обеспечения предприятия. Владея данными относительно стоимости ИТ-активов организация может выяснить, сколько денег направлено на приобретение и эксплуатацию элементов ИТ-инфраструктуры, в какую стоимость реально обходится содержание на балансе ИТ-активов или групп ИТ-активов. Это дает возможность принимать обоснованные управленческие решения — например, для оценки необходимых инвестиций в ИТ-сферу и стоимости конкретных ИТ-проектов. Предприятие может получить дополнительный доход от ИТ-активов, не являющийся основной деятельностью. Например, могут сдаваться в аренду вычислительные мощности, если в определенный период у предприятия есть какое-то количество не задействованных мощностей. Также это может быть информация для инвесторов, чтоб они видели, на сколько предприятие использует все современные ИТ-технологии в своей деятельности.

ИТ-актив — это любой ИТ-ресурс или совокупность способностей осуществления ИТ-деятельности, предоставляющие ценность для основной деятельности организации [1].

В последнее время ИТ-активы считаются «быстрыми» активами. И это действительно так — например, программное обеспечение на рабочей станции подвергается довольно частым обновлениям; в свою очередь, компоненты рабочих станций могут заменяться для соответствия требованиям ПО и т. д. [1].

Можно выделить несколько основных компонентов ИТ-активов [2]:

- инфраструктурное аппаратное обеспечение: сетевые технологии, физические сервера, центры обработки данных, хранилища, персональные устройства. Это все то, что компания приобрела и использует в работе;
- договора по аренде или использованию вычислительных мощностей третьих сторон. Сами по себе активы контрагентов не являются нашими активами, но принято рассматривать договора с ними как ИТ-актив компании;
- внутренние разработки — все разработки, которые ведутся вашими ИТ-специалистами и принадлежат самой компании (например, программа для автоматизации определенного участка работы);
- лицензии на программное обеспечение: лицензии на программное обеспечение, разработанное другими компаниями, в любом виде (бумажные, электронные, подписки, дистрибутивы) являются ИТ-активом. Также к этой категории могут относиться лицензируемые цифровые активы, такие как шрифты, электронные подписи и другие программные продукты;
- устройства пользователей, которые принадлежат компании (ноутбуки, персональные компьютеры, планшеты, смартфоны и т. д.);
- цифровые данные от операторов данных - данные на всех этапах их жизненного цикла в компании являются ИТ-активом.

ИТ-активы обладают рядом специфических черт:

1. Приобретение и использование активов не всегда прозрачно для бизнеса. Во многих случаях бизнес принимает решения о приобретении ИТ-активов, основываясь на мнениях доверенных специалистов.

2. ИТ-активы – это относительно новая сфера активов, регулирование управления которой еще только устанавливается, и до сих пор есть вопросы, которые не всегда понятны специалистам.

3. Стоимость ИТ-активов в последнее время значительно увеличилась практически во всех отраслях народного хозяйства. Эту тенденцию усилил процесс легализации программного обеспечения, которое также является активами предприятия [2].

На данном этапе многие предприятия и организации не знают, что все их компьютеры и его составляющие части, лицензии на программное обеспечение являются ИТ-активами. Это все учитывается как основное средство или нематериальный актив. Например, компьютер вначале учитывается на счете 08, затем на 01, где становится на учет как объект основного средства. Предлагается в учете все ИТ-активы предприятия аккумулировать на забалансовом счете 018 «ИТ-активы», чтоб сразу увидеть разновидность и стоимость ИТ-актива. Имеющиеся проблемы в области ИТ-активов обуславливают необходимость в их управлении.

4. Управление ИТ-активами (IT Asset Management, ITAM) – это область деятельности по планированию, учёту и отслеживанию состояния ИТ-активов на протяжении всего их жизненного цикла [2].

Существуют 2 точки зрения на сущность и типологию ИТ-актива:

- со стороны его ценности для предоставления ИТ-услуг;
- с бухгалтерско-финансовой.

Различие между этими двумя взглядами показано в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика управления ИТ-услугами и ИТ-активами

Признак	Управление ИТ-услугами IT Service Management (ITSM)	Управление ИТ-активами IT Asset Management, (ITAM)
Понимание ИТ-актива	ИТ-актив – это совокупность ресурсов (элементов ИТ-инфраструктуры) и способностей, необходимых для предоставления пользователю определенных ИТ-услуг.	ИТ-актив – это единица имущества предприятия, которая должна учитываться и управляться аналогично другим активам предприятия
Мера стоимости актива	Потребительская стоимость актива. Насколько он важен для создания потребительской ценности предоставляемых ИТ-услуг	Финансово-бухгалтерская стоимость актива, отталкивающаяся от понесенных на него затрат и практических возможностей конвертации актива в деньги
Преимущества	<ul style="list-style-type: none"> • возможности учета активов как элементов ИТ-инфраструктуры и взаимосвязей между ними при предоставлении ИТ-услуг; • возможность использования в процессах управления ИТ-услугами, прежде всего инцидентами, проблемами и релизами; • возможности повышения продуктивности благодаря стандартизации используемых активов 	<ul style="list-style-type: none"> • увеличение точности оценки стоимости активов организации и ИТ-бюджетирования (управление финансами требует управления ИТ-активами); • возможность отслеживания TCO, ROI и других финансовых показателей эффективности использования ИТ-активов; • возможность отслеживания соответствия требованиям внешних регуляторов; • увеличение точности оценки стоимости предоставляемых ИТ-услуг

Как видно, управление ИТ-услугами (ITSM) и ИТ-активами (ITAM) не противоречат, а хорошо дополняют друг друга, как взгляд на одно и то же с разных сторон [2].

Заключение. Без управления ИТ-активами в той или иной форме ресурсы используются неэффективно, и это неминуемо приведет к снижению ценности организации во всех отношениях. Управление ИТ-активами оригинально, имеет много спецификаций, и стандартные бухгалтерские и складские системы не справляются с потребностями ИТ-подразделений в этой части. Внедрение управления ИТ-активами – это внедрение соответствующих ИТ-процессов и средств их автоматизации, которые позволят контролировать жизненный цикл ИТ-активов, понимать реальное использование запасов как материальных ИТ-активов (оборудование), так и нематериальных (например, лицензии), принимать взвешенные решения о закупках и массовых обновлениях компьютерного парка, управлять договорными отношениями ИТ-службы.

Список цитированных источников

1. Управление ИТ-активами: модно или полезно? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iemag.ru/opinions/detail.php?ID=20410> – Дата доступа: 03.05.2019.
2. Управление ИТ-активами – инструмент для расчёта себестоимости ИТ-услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://training-microtest.ru/articles/27956.html> – Дата доступа: 03.05.2019.

УДК 004.77

Козорез И. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.

ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ИТ-АКТИВА

Введение. За последние годы облачные технологии приобрели большую популярность и стали одной из популярных тем в ИТ-сфере. Каждый год на рынке предлагаются все больше и больше решений для использования данных технологий, как физическим лицам, так и юридическим.

Однако, как и в любой сфере, есть что-то такое, о чем кто-то знает, а кто-то нет. Так и в ИТ-сфере многие не знают, что такое облачные технологии. Поэтому задача состоит в том, чтобы разобраться, что же это за такое «ноу-хау», откуда оно взялось, какие виды его бывают, для чего используют и какими недостатками и преимуществами оно обладает.

Основная часть. Облачные технологии (или облачные вычисления) – технологии распределенной обработки цифровых данных, с помощью которых компьютерные ресурсы предоставляются интернет-пользователю как онлайн-сервис [1].

Вся различие заключается только в методе хранения и обработке данных. Если все операции происходят на Вашем компьютере (с использованием его мощностей), то это - не "облако", а если процесс совершается на сервере в сети, то это именно то, что принято называть «облачной технологией».

Другими словами, облачные технологии – это различные аппаратные, программные средства, методологии и инструменты, которые предоставляются пользователю, как интернет-сервисы, для реализации своих целей, задач, проектов.

Программы запускаются и выдают результаты работы в окне web-браузера на локальном ПК. При этом все необходимые для работы приложения и их данные находятся на удаленном интернет-сервере и размещаются на клиентской стороне: на ПК, ноутбуках, смартфонах и т. д. Преимущество технологии в том, что пользователь имеет доступ к собственным данным, но не должен заботиться об инфраструктуре, операционной системе и программном обеспечении, с которым он работает.

Технологии облачных вычислений решают следующие задачи:

1. Удобная работа с файлами на нескольких гаджетах: их редактирование и обработка без переноса с одного устройства на другое, без необходимости заботиться о совместимости программного обеспечения.

2. Решение проблемы ограниченного объема жесткого диска компьютера или флеш-карты.

3. Вопрос лицензированного программного обеспечения.

4. Возможность одновременной работы над одним документом несколькими людям [1].

Выделяют категории облачных технологий:

1. Публичные (общественные, общие) – одновременный доступ многих пользователей к IT-инфраструктуре. Пользователи не могут управлять и обслуживать данное облако, эта функция есть только у владельца данного облака. Абонентом предлагаемых сервисов может стать любая компания или частное лицо.

2. Частные (приватные) – IT-инфраструктура, которую контролирует и эксплуатирует только один абонент в собственных интересах. Инфраструктура для управления частным облаком может размещаться либо в помещениях пользователя, либо у внешнего оператора, либо частично у пользователя и оператора.

3. Гибридные(унифицированное) – это IT-инфраструктура, в которой соединены лучшие качества публичного и приватного облака [1].

Многие говорят, что частное облако – это привилегия больших корпораций, требующих индивидуальных решений, а малые и средние предприятия могут ограничиться публичным. Оно дешевле, но по параметрам безопасности не уступает частному. И все же выбор конфигурации зависит только от потребностей бизнеса. Частные — лучший вариант для тех, кто располагает бюджетом на собственный дата-центр и хочет иметь полный контроль над своей IT-инфраструктурой. Малому бизнесу совершенно ни к чему персонализированные настройки и повышенный уровень обслуживания.

У любых нововведений существуют преимущества и недостатки. Разберемся тогда какими плюсами и минусами обладают облачные технологии. Данное сравнение представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки облачных технологий

Преимущества облачных технологий	Недостатки облачных технологий
Доступ к личной информации с любого компьютера, подключённого к Интернету	Необходимо постоянное соединение с Интернет
Работа с информацией с разных устройств (ПК, планшет, телефоны и т. д.)	Конфиденциальность; Безопасность. Не рекомендуется хранить наиболее ценные для компании документы на публичном “облаке”, так как в настоящее время нет технологии, которая бы гарантировала 100% конфиденциальность данных

Продолжение таблицы 1

Преимущества облачных технологий	Недостатки облачных технологий
Веб-сервисы работают в браузере любых ОС	Дальнейшая монетизация ресурса. Вполне возможно, что компании в дальнейшем будут решать брать плату с пользователей за предоставляемые услуги.
Одну и ту же информацию можно просматривать и редактировать одновременно с разных устройств	
Многие платные программы стали бесплатными веб-приложениями	
Если что-то случится с вашим устройством, то Вы не потеряете важную информацию, так как она не храниться в памяти устройств	
Не надо следить за выходом обновлений	
Можно свою информацию объединять с другими пользователями	

Как видно из таблицы, преимуществ значительно больше, чем недостатков, поэтому можно сказать, что данные технологии очень уместны и удобны в современном мире.

По данным, приведенным европейским статистическим порталом Statista, общемировой рынок облачных технологий в 2009 году составлял \$58,6 млрд а в 2018 году — уже \$260,2 млрд. Тренд роста будет сохраняться — к 2020 году ожидаемый объем рынка составит \$411,4 млрд [2].

Начало "облачной" эпохе положила компания Amazon, которая в 2002 году впервые предложила клиентам свои вычислительные мощности для хранения и обработки данных. Подразумевалось, что все массивы данных можно будет размещать на удаленных серверах, не нуждаясь в собственной инфраструктуре и оборудовании – это значительно сэкономило ресурсы. Идею подхватили и стали развивать Google, IBM и другие технологические гиганты.

Заключение. Таким образом, облако дает возможность всегда иметь гарантированный и безопасный доступ ко всей своей личной информации, а также нет необходимости держать в своем кармане много лишних вещей (флешек, дисков, проводов и всего такого прочего) или покупать новый компьютер/комплектующие/программы/игры и пр. Несомненно, что на данный момент, облачные технологии являются одной из самых востребованных и интересных тем в IT-сфере и всё больше интересных решений, появляющихся в мире, связано именно с ними. Конечно, обычному пользователю пока сложно в полной мере оценить (и раскрыть) весь их потенциал, но то, что он есть, - видно невооруженным глазом.

Список цитированных литературы

1. Разумников, С. В. Моделирование оценки рисков при использовании облачных ИТ-серверов / С. В. Разумников // Фундам. Исслед. – 2014. - №5. – С. 39 – 44.

2. Облачные вычисления: статистика и прогнозы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/1506/BA.pdf?sequence=1&isAllowed>. – Дата доступа : 04.04.2019.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ

Целью настоящей работы является анализ мирового и отечественного опыта брендинга вузов и восприятие его абитуриентами.

Брендинг – целенаправленные маркетинговые мероприятия и действия по созданию долгосрочного предпочтения потребителей товару или услуге данной организации [1].

С момента создания вуза и выхода его на рынок образовательных услуг начинается формирование бренда. Образ вуза складывается у потребителей образовательных услуг, работодателей, общественности в результате их контактов как непосредственно с вузом и его сотрудниками, так и через рекламную продукцию, посещение выставок образовательных услуг, рынка вакансий, различных научно-практических конференций [2].

Бренд вуза представляет собой двуединую систему, элементы которой можно условно определить как внутренний и внешний образ (рисунок 1).

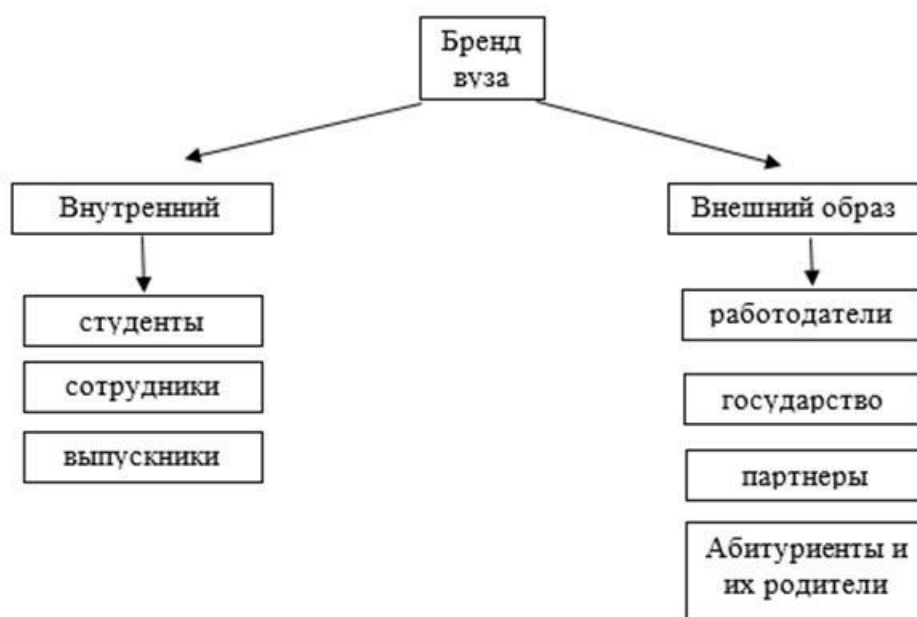


Рисунок 1 – Бренд вуза

Внутренний образ вуза формируется у студентов, сотрудников и выпускников. Внешний образ формируется у абитуриентов и их родителей, партнеров, общественности, государственных органов, работодателей [3]. Первый напрямую зависит от сложившейся организационной культуры, которая, в свою очередь, воздействует на внешних агентов, формируя у них соответствующие атрибуты бренда.

Бренд вуза состоит из следующих элементов [4]:

1. Определение сущности вуза;
2. Определение стратегии развития вуза;
3. Формирования миссии вуза;
4. Разработка визуальных особенностей вуза.

Мировой опыт брендинга вузов

Рассмотрим недавний опыт брендинга Санкт-Петербургского университета. В 2015 году университет проходил процесс полного брендинга.

Была четко сформулирована стратегическая цель университета — технологическое развитие и усиление конкурентных преимуществ страны. Учитывая, что до процесса брендинга университет не имел никакой стратегии.

Был разработан слоган и миссия университета. Слоган «It's more than a University» (это больше, чем университет) подчеркивает стремление университета быть непохожим на другие вузы, отличаться. Миссия Университета ИТМО — открывать возможности для гармоничного развития конкурентоспособной личности и вдохновлять на решение глобальных задач полностью гармонирует со стратегией университета и с визуальной составляющей Бренда.

Для университета был разработан логотип, фирменный стиль и руководство по его использованию (рисунок 2).



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

Рисунок 2 – Новый логотип ИТМО

Санкт-Петербургский университет строит свою деятельность в соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации. Красная точка в знаке символизирует местоположение университета — Санкт-Петербург (рисунок 3).

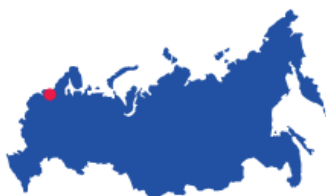


Рисунок 3 – Идея создания логотипа

Университет ИТМО — это прежде всего люди, их знания и умы. Все процессы, происходящие в мозге человека, определяются взаимодействиями между нейронами — структурно-функциональными единицами нервной системы.

В рамках брендбука для ИТМО также были разработаны: паттерны, шрифты, цвета, бланки, конверты, визитки, бейджи, папки, сувениры и т. д.

Университет частично поменял и свое позиционирование в рамках брендинга. ИТМО как «первый неклассический университет» стал использовать неклассические методы продвижения, например, велопрогулки с ректором. Пример активного и здорового образа жизни ректор показывает лично.

Данный проект не только поддерживает и подает хороший пример студентам, абитуриентам и преподавателям, напоминая о важной составляющей жизни любого человека — активные виды спорта. Данный проект сближает преподавателей и студентов, стимулирует абитуриентов в выборе вуза и напоминает каждому жителю России о том, как важно заниматься спортом.

В 2016 году Университет ИТМО получил медаль Юнеско за создание уникальной среды в вузе и занял 56 место в рейтинге THE Computer Science. За короткий период с 2014 года позиции вуза по параметру «Бренд университета» поднялись с 53 до 12 места (по данным агентства «Интерфакс» (Национального рейтинга университетов)).

Брендинг вуза помог ИТМО подняться в международных рейтингах, привлечь больше абитуриентов и создать уникальность учреждения образования.

Белорусские вузы имеют небольшую практику брендинга. В 2015 году частичный брендинг провел Белорусский государственный университет.

Среди множества этапов брендинга был пройден лишь один – разработка визуальной составляющей бренда. Был разработан новый логотип, фирменный стиль и брендбук (рисунок 4).



Рисунок 4 – Элементы фирменного стиля БГУ

Учитывая мировой опыт брендинга и опыт рынка белорусских образовательных услуг, можно сказать, что белорусские вузы не уделяют должного внимания своему бренду.

В рамках исследования был проведен опрос среди студентов белорусских вузов. Целью исследования было выяснить вовлечены ли абитуриенты в формирование бренда вуза, знают ли они основные составляющие бренда своего университета.

Было опрошено в сети Интернет более 400 студентов.

Респондентам были заданы вопросы, которые позволили выявить, осведомлены ли они об основных составляющих Бренда и используют ли они эти составляющие в процессе обучения

Для начала респондентам был задан вопрос: «Знаете ли Вы логотип своего университета?». На рисунке 5 представлены ответы.

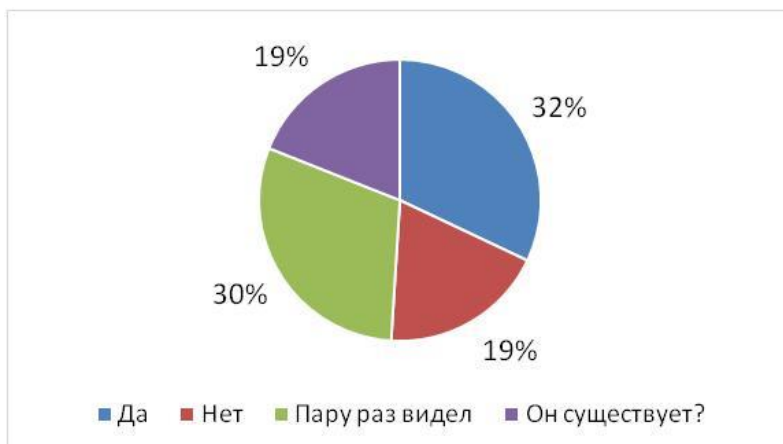


Рисунок 5 – Знаете ли Вы логотип своего университета?

Большая часть студентов (32%) знают логотип своего университета. Однако 32% – это недостаточно, логотип своего университета должен знать каждый студент.

Опираясь на результаты проведенного опроса, можно сказать, что подавляющее большинство опрошенных не знают о существовании такой составляющей бренда, как миссия (рисунок 6).

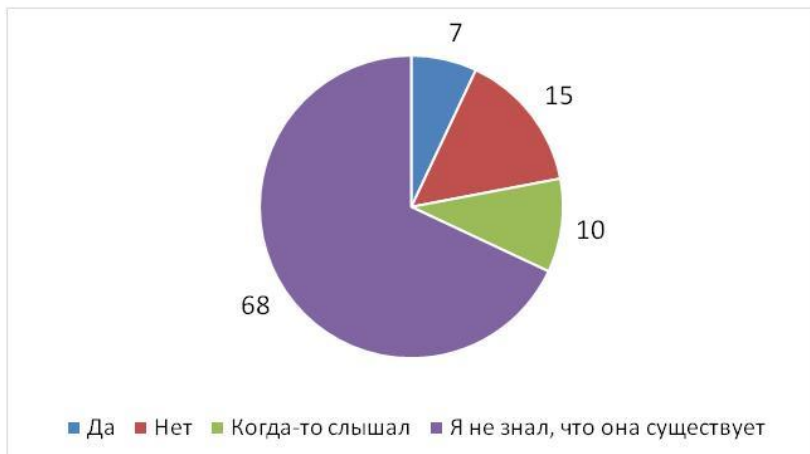


Рисунок 6 – Знаете ли Вы миссию своего университета?

Согласно опросу, 80% респондентов не осведомлены о существовании корпоративной культуры своего вуза (рисунок 7).

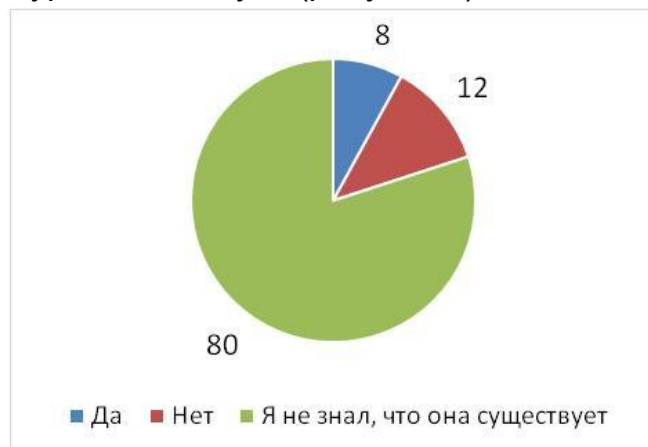


Рисунок 7 – Придерживаетесь ли Вы корпоративной культуры университета?

60% студентов не использует визуальные атрибуты бренда при подготовке учебных материалов (рисунок 8).

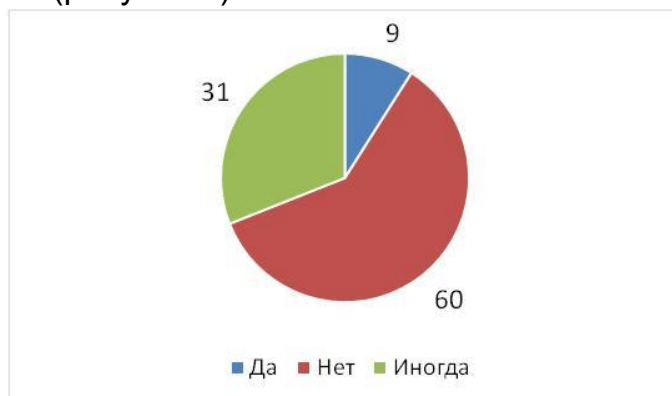


Рисунок 8 – Используете ли Вы атрибуты бренда (логотип, шрифты, цвета) вуза при выполнении учебных заданий?

Проведя данный опрос можно сделать вывод о том, что в Республике Беларусь малое внимание уделяется брендингу учреждений высшего образования. Ведь практически у всех университетов есть своя миссия, свой слоган, культура, айдентика и другие составляющие бренда. Однако бренд не транслирует свою суть и сущность на студентов, абитуриентов, преподавателей, сотрудников.

Высшим учебным заведениям необходимо создавать свой бренд [5]. Это позволяет укреплять организационную культуру, формирует лояльность потребителей, повышает количество желающих обучаться в университете, позволяет с уверенностью смотреть в будущее и дает возможность перехода на качественно новый уровень.

Список цитированных источников

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга. - М.: Эксмо, 2010 - 736 с.
2. Стратегический маркетинг. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.
3. Макашева З.М. Брендинг / З.М. Макашева, М.О. Макашев. - М.: Питер, 2015. - 288 с.
4. Рожков И.Я. Брендинг. Учебник / И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин.- М.: Юрайт, 2015 - 336 с.
5. Кейт Динни Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / Кейт Динни. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. - 239 с.

УДК 339.187.44(476) (045)

Костецкая К. О.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н. Г.

РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В БЕЛАРУСИ

Некоторые экономисты и историки утверждают, что истинным родоначальником франчайзинга следует считать испанскую королеву Изабеллу I Кастильскую, которая в середине XV века предоставила Христофору Колумбу «франшизу» на развитие торговли с Новым миром. Это предположение не имеет научной опоры, но можно с уверенностью утверждать, что франчайзинг родился в Соединенный Штатах Америки в интервале – к. XIX – н. XX вв. Первым франчайзером принято считать основателя всемирно известной компании, выпускавшей швейное оборудование и занимавшийся его обслуживанием, – Исаака Меррита Зингера. В 1945 году предприниматель Рэй Крок основал компанию McDonald's. Сделка с братьями Макдональдами, владельцами небольшой сети ресторанов, позволяла ему использовать их логотип и методы ведения бизнеса. Затем он пригласил мелких предпринимателей для открытия и руководства кафе McDonald's на правах владельцев. Такие компании называют франшизами. Отсюда Рэю Кроку иногда приписывают изобретение франчайзинга так же, как и Айзеку Зингеру. Кроме них во многих источниках можно встретить имя уроженки Канады-Марты Матильды Харпер. Марта открыла салон по уходу за волосами, который со временем приобрёл колоссальный успех. Клиентов настолько привлекал продукт, что они натолкнули Марту на открытие салонов в других городах (в 1981 г.). Позже это превратилось в сеть 500 заведений в Америке, Европе и Азии. Сегодня сохранился только салон основательницы сети Харпер в Рочестере [1].

На сегодняшний день франшиза – это один из наиболее распространенных вариантов открытия и ведения бизнеса. Каждый человек, возможно, сам не подзревая, является клиентом или покупателем как минимум нескольких фирм, ведущих бизнес по франшизе. **Франшиза** — это форма соглашения, заключае-

мого между двумя сторонами бизнеса, одна из которых владеет известной торговой маркой или брендом (**франчайзер**), а вторая желает использовать этот бренд в своих коммерческих целях (**франчайзи**). Франшиза — это передача в аренду прав на использование бренда. **Франчайзинг** и есть бизнес по франшизе, т. е. бизнес, работающий под известным брендом на условии соглашения [1].

В последние годы франчайзинг занимает лидирующие позиции среди прочих форм открытия бизнеса. Бизнес по франшизе просто открыть и развивать, ведь если поставить себя на место покупателя, выбор товара падет на более известную марку или бренд, которая зарекомендовала себя на рынке, а что-то новое будет вызывать недоверие и подозрительность. По сути франчайзинг — это заведомо прибыльный и эффективный метод ведения бизнеса. Для начинающего предпринимателя — это хорошая возможность строить своё дело под брендом и под руководством уже состоявшегося бизнесмена. Франчайзеры заинтересованы в том, чтобы бизнес их франчайзи успешно развивался, ведь от этого зависит раскрутка их бренда и прибыль, поэтому будут всегда стараться помочь, дать совет и рекомендации, а иногда предоставляют своим последователям уже готовый и опробованный бизнес-план. С другой стороны, открытие бизнеса не только предоставляет бизнесмену права, но и накладывает определенные обязательства по соблюдению требований ведения бизнеса, оговоренных в соглашении (таблица 1).

Таблица 1 — Преимущества и недостатки ведения бизнеса по франшизе

	Для франчайзера	Для франчайзи
Преимущества	Быстрое развитие и рост сети компании с минимальным вовлечением финансов	Получение готового бизнеса
	Повышение дохода и репутации за короткий срок с помощью торговли франшиз	Быстрый вход на рынок и получение дохода практически сразу
		Постоянная поддержка и консультация
Недостатки	Сложность в контроле франчайзи	Необходим определенный стартовый капитал
	Неполный доход от реализации проданной франшизы	Строгое соблюдение правил компании

Источник: собственная разработка

Чтобы работать по франшизе, за неё надо заплатить. Платежи бывают двух видов: паушальный взнос и роялти. **Паушальный взнос** — стоимость франшизы, фиксированная сумма, которую франчайзи платит франчайзеру на начальном этапе. Составляет: 9-11 % от общих стартовых затрат. Включает: бизнес-бук (регламент организации деятельности), бренд-бук (правила построения и использования элементов фирменного стиля, рекламы), управление и обучение персонала, методики продаж, рецептуры и технологии, формы учёта, отчёты, инструкции и т. д. **Роялти** — ежемесячный платёж за использование товарных знаков, патентов или иных авторских прав, принадлежащих франчайзеру. Может составлять 2-6 % от оборота/выручки или быть фиксированной суммой. Нельзя сказать, что это платёж только за пользование брендом франчайзера. За плату получают необходимые рекомендации для открытия бизнеса, начиная с дизайна помещений и заканчивая технологиями, бизнес-планами, которые остаётся адаптировать только под свои условия. Часто план уже может быть максимально к ним приближен. Конечно же

помимо оплаты стоимости франшизы, начинающему бизнесмену самостоятельно придется нести финансовые затраты на открытие бизнеса: аренда или покупка помещений, ремонт, оборудование, персонал и другие.

Количество представленных на рынке белорусских франшиз сейчас и развитие франчайзинга в Республике Беларусь.

Ассоциация БелФранчайзинг с 2011 года занимается созданием и развитием рынка франчайзинга в Республике Беларусь. Ассоциация — это не коммерческая организация, а объединение «игроков» этого рынка. Главная задача ассоциации – исследовать, поддерживать и развивать новый и свежий рынок франчайзинга в Беларуси по международным стандартам, а не по своим свежепридуманным. Кроме этих функций есть и другие, такие как: информационная и консультационная, потому что по-прежнему популярность франчайзинга не высока, хотя и достаточно выросла за последние годы. Сейчас в Беларуси по франшизе работает больше 450 объектов. Около 50 национальных компаний (52) уже стали франчайзерами, причем часть из них работает и за рубежом. Наиболее успешными белорусскими франшизами по праву можно считать: Красный пищевик (собственных точек 9, а франчайзинговых 66), Минск Кристалл (собственных точек 82, а франчайзинговых 62), Кофе Саунд (одна собственная точка и 47 франчайзинговых точек в Республике Беларусь). В лидерах также «Коммунарка», «Милавица», Mark Formelle и др. (рисунок 1) [2, 3].

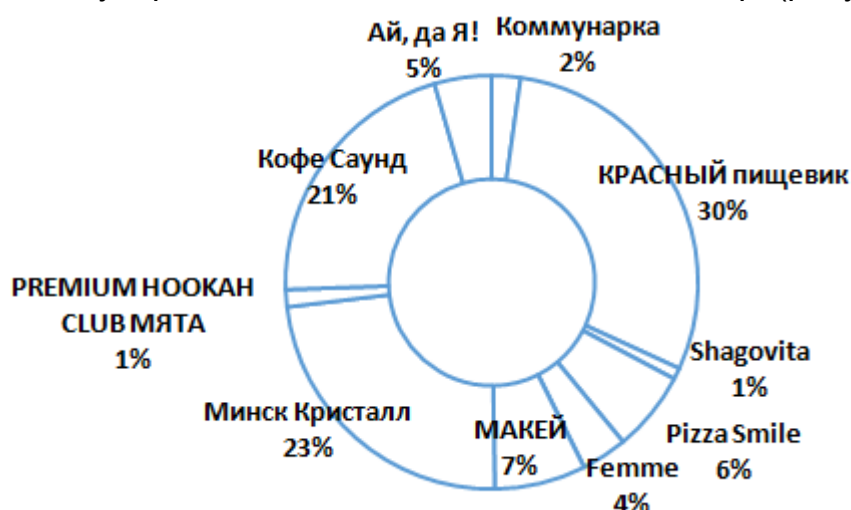


Рисунок 1 – Количество действующих франшиз
 Источник: собственная разработка, на основе материалов, предоставленных организацией

Ежегодно количество договоров растет на 15–17%. В 2015 году было подписано 187 договоров, 2016 г. – 247, 2017 г. – 342 и в 2018 г. – 438 (рисунок 2).



Рисунок 2 – Развитие франчайзинга в Республике Беларусь
 Источник: собственная разработка

Тем не менее в регионах очень много предпринимателей и компаний, которые слышали о таком явлении, но не понимают, что такое франчайзинг и по каким правилам он действует. В этой связи ассоциация пишет и издает книги, дает интервью, проводит различные мероприятия, разрабатывает публикации, т. е. всячески выводит информацию в свет. Собственные и партнерские мероприятия проводятся ассоциацией в среднем около 20 раз в год (6-7 в регионах страны, а остальные — это партнерские, где члены ассоциации выступают с презентацией отдельных франшиз) [3].

Для выяснения известности франчайзинга в Республике Беларусь был проведен online опрос, где респондентам задавались два простых вопроса: Ваш возраст? и Знаете ли вы, что такое франчайзинг? После опроса было выявлено, 54% человек в возрастном интервале от 21 до 35 хорошо понимают, что из себя представляет франчайзинг, 27% людей от 36 до 45 интересовались этим бизнесом, 12% с 18 до 20 и 7% от 46 лет слышали о нём.

Вникая в тему франчайзинга, нельзя забывать о государственных методах регулирования предпринимательской деятельности. Речь идет о законодательстве Республики Беларусь. В Республике Беларусь франчайзинг регулируется Гражданским Кодексом Республики Беларусь, а именно статьей 910. Впервые франчайзинг нашел свое отражение в главе 53 «Комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг)" ГК. При этом термины "франшиза", "франчайзи", "франчайзер" в ГК не используются. Первоначально глава 53 ГК содержала только одну статью 910, которая определяла исключительно общие положения о договоре франчайзинга. Именно поэтому договор франчайзинга не получил в Беларуси должного распространения. Оставались нерешенными вопросы, касающиеся формы заключения и регистрации договора; прав, обязанностей и ответственности сторон; расторжения договора и т. п. Законом Республики Беларусь от 18.08.2004 № 316-З "О внесении дополнений и изменений в Гражданский кодекс Республики Беларусь по вопросам регистрации недвижимого имущества, состава участников ассоциаций и союзов, комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), правового режима имущества крестьянского (фермерского) хозяйства" в ГК было включено одиннадцать новых статей о франчайзинге (статьи 910-1 – 910-11). Первый договор франчайзинга был официально зарегистрирован в Республике Беларусь только 23.01.2006 [4].

Список цитированных источников

1. Книга «Построение франчайзингового бизнеса. Курс для правообладателей и пользователей франшиз» Владимир Колесников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docplayer.ru/37344147-Postroenie-franchayzingovogo-biznesa-kurs-dlya-pravoobladateley-i-polzovateley-franshiz-vladimir-kolesnikov.html> – Дата доступа: 20.03.2019.

2. Портал белорусской ассоциации франшиз «БелФранчайзинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belfranchising.by/> - Дата доступа: 23.03.2019.

3. Дополнительный портал франшиз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beboss.by/> – Дата доступа: 27.03.2019.

4. Портал о законодательстве Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kodeksy-by.com/grazhdanskij_kodeks_rb/910.html – Дата доступа: 03.04.2019.

ОСОБЕННОСТИ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Миграция (от лат. «перехожу», «переселяюсь») – это перемещения населения через границы определенных территорий, связанные, как правило, со сменой места жительства. Миграция представляет собой сложное общественное явление, которое отличается значительными масштабами и разнообразием. Она представляет собой один из лучших индикаторов социально-экономического состояния общества.

Международный рынок трудовых ресурсов существует в виде трудовой миграции, которая является формой экспорта и импорта рабочей силы. Все движения трудовых ресурсов суммируются из потоков выбытий (эмиграции) и прибытий (иммиграции). Разница между этими потоками дает объем чистой миграции, а их сумма – объем валовой миграции.

У трудовой миграции существует ряд причин: социально-экономические, культурные, политические, религиозные, расовые и иные факторы. Социально-экономические причины внешней трудовой миграции:

1. Неравномерность экономического развития различных стран; пребывание их в разных фазах экономического цикла.
2. Различные уровни доходов в разных странах.
3. Существенное отличие уровней безработицы в странах.
4. Специфика формирования трудовых ресурсов в экономически отсталых странах (перенаселенность, безработица, низкая производительность труда).
5. Относительная дешевизна трудовых услуг слаборазвитых стран.

Политические причины возникают, когда трудовые ресурсы покидают родную страну из-за прессинга и угнетений за свои политические взгляды и убеждения, которые противоположны политическому курсу государства.

Экологические факторы представляют собой последствия экологических и техногенных катастроф.

Военные причины появляются под воздействием продолжительных военных действий, вооруженные конфликты ведут к тому, что практически все трудовые ресурсы страны становятся участником войны. Итогом является спад экономики, вынуждающий трудовое население мигрировать в поисках новой работы.

Основной причиной эмиграции из Республики Беларусь, по мнению Андрея Елисеева (аналитик исследовательского центра EurasianStatesinTransition (EAST)), является материальное положение. Почти половина трудовых мигрантов, согласно исследованию «Ла Страды», уезжают работать за рубеж, чтобы накопить на покупку жилья или необходимой мебели для дома или ремонта, а также решить текущие личные материальные сложности. Также решение уехать на заработки мигранты часто объясняют сложной экономической ситуацией в стране и желанием быстро и легко заработать деньги. Нематериальные причины, толкающие людей к эмиграции, — желание посмотреть другую страну и получить опыт работы за границей [1].

Анализ статистических данных показывает, что наибольшее количество человек уезжает на работу в Россию (4 978 человек), на втором месте Польша

(3 181 человек). Чаще на работу за границу уезжают мужчины, их больше на 3 789 человека.

В Республике Беларусь третий год подряд растет число трудовых мигрантов. За 2018 год число работающих за границей белорусов (не меняя своего постоянного места жительства) составило 95,4 тысячи человек. Об этом сообщил председатель Совета Республики Михаил Мясникович, передает газета «Звязда» [2]. Так же существуют проблемы связанные с выездом людей с высоким уровнем квалификации, особенно в медицинской сфере. В 2017 году количество белорусов, трудящихся за пределами республики (до 1 года), составило 83 000 человек, из них 83,9% работали в Российской Федерации. Эти данные предоставлены выборочным обследованием домашних хозяйств для изучения проблем миграции и занятости населения. В 2016 году выехали за рубеж с целью трудоустройства 59 500 человек, в 2015-м — 39 400, в 2014-м — 62 200 человек.

Однако, стоит учесть, что показатели других государств, в которые выезжают для работы белорусы, отличаются, как правило, в большую сторону. Например, по данным Департамента по миграции и гражданству МВД, в Латвии в прошлом году трудоустроились 2 белоруса, а по данным латышской стороны — 1824.

Можно сформулировать следующие недостатки трудовой эмиграции:

- уменьшение части трудоспособного населения в стране;
- утрата доли затрат, потраченных на общеобразовательное и профессиональное обучение граждан, уезжающих в будущем из страны (при «утечке умов»);
- потери будущих налоговых поступлений [5].

В настоящее время все государства вовлечены в процесс трудовой миграции. В задачи каждого государства входит минимизация отрицательного воздействия и усиление положительных влияний на экономику данного процесса, путем активного воздействия на импорт и экспорт трудовых ресурсов.

Для уменьшения негативного воздействия и максимизации положительного результата надо употреблять все доступные возможности и средства политики государственного регулирования трудовой миграции, выработанный практикой многих стран.

Законодательство Республики Беларусь о внешней трудовой миграции основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из Закона Республики Беларусь О внешней трудовой миграции от 30.12.2010 г. №225 -З и других актов законодательства Республики Беларусь, в том числе международных договоров Республики Беларусь.

Государственное регулирование и управление в области внешней трудовой миграции осуществляются Президентом Республики Беларусь, Советом Министров Республики Беларусь, органами внутренних дел Республики Беларусь и иными государственными органами Республики Беларусь в пределах их компетенции.

Основными целями нашей страны в области регулирования миграционных потоков трудовых мигрантов являются:

- улучшение благосостояния и уровня жизни граждан страны;
- создания благоприятных условий для свободного развития человека, реализации своих возможностей в своей стране;
- организация социально-экономической среды так, что бы снизить к минимуму отрицательное влияние нелегальных мигрантов.

Основными принципами Республики Беларусь в вопросе осуществления внешней трудовой миграции являются:

- добровольность внешней трудовой миграции;
- недопустимость незаконной внешней трудовой миграции;
- защита рынка труда Республики Беларусь;
- недопустимость найма трудящихся-эмигрантов и трудящихся-иммигрантов на условиях, унижающих их человеческое достоинство, наносящих вред их здоровью;
- недопустимость дискриминации трудящихся-эмигрантов и трудящихся-иммигрантов в зависимости от пола, расы, национальности, языка, религиозных или политических убеждений, участия или неучастия в профессиональных союзах или иных общественных объединениях, имущественного или служебного положения, возраста, места жительства, недостатков физического или психического характера, если они не препятствуют исполнению соответствующих трудовых обязанностей, иных обстоятельств, не связанных с деловыми качествами и не обусловленных спецификой трудовых функций или статуса работника;
- недопустимость подмены трудовых отношений, вытекающих из трудовых договоров, заключенных с трудящимися-иммигрантами, обязательствами, возникающими на основе договоров, предусмотренных гражданским законодательством Республики Беларусь;
- недопустимость нарушения законодательства Республики Беларусь о труде и иного законодательства Республики Беларусь при использовании труда трудящихся-иммигрантов в Республике Беларусь [6].

Одним из направлений государственной политики в области развития рынка труда и поиска решений проблем миграции в долгосрочном периоде является создание подходящих условий для эффективного использования квалифицированного труда, развитие эффективной, ориентированной на конечный результат инфраструктуры рынка труда. Управляющие государством постоянно и активно ведут борьбу с безработицей, а содействуют более рациональному использованию трудовых ресурсов страны, стараясь снизить поток специалистов, уезжающих за рубеж. Однако, последние 2 декрета «о тунеядцах» под номерами 3 и 1, нельзя определить как удовлетворительные для практического использования. Декрет №3 (созданный от 2015 года), необходимо отметить, провалился, а декрет № 1 (принятый от 2018 года), уже принятый к исполнению, нуждается в доработке и уточнении штрафных санкций в отношении незанятого трудоспособного населения страны.

В данной ситуации получается рынок трудовых ресурсов трудонедостаточным вследствие дисбаланса предложения и спроса на рабочую силу. Работники средней и низкой специализации составляют предложение, а наниматели, которым для работы необходимы более квалифицированные кадры, со стажем и опытом работы, обладающие уверенным знанием ПК - спрос. Наниматели, в целях увеличения прибыли и уменьшения себестоимости, предлагают минимальную заработную плату, иногда предлагая не полную занятость, а только на 0,5-0,75 ставки, а ищущие работу хотят получать заработную плату, позволяющую содержать семью и вести достойный образ жизни. Поэтому в стране наблюдается нехватка кадров, но самые одаренные, работающие, с высокой квалификацией работники реализовывают себя за пределами страны, прежде всего в Республике Польша и в Российской Федерации.

Список цитированных источников

1. Васюков, С.О. Проблема «утечки умов»: причины, последствия и пути решения / С.О. Васюков, А.И. Шеренков // Молодежный научный форум: науч.-практ. конф. – № 5(24)
2. Выступление Михаила Мясниковича, председателя Совета Республики Национального собрания Республики Беларусь на совместном заседании Совета по взаимодействию органов местного самоуправления при Совете Республики и Совета Академии управления при Президенте Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zviazda.by/ru/news/20190228/1551365977-potencial-mestnyh-sovetov-nado-ispolzovat-v-interesah-gosudarstva> – Дата доступа: 03.03.2019.
3. Мигранты-невидимки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.tut.by/news546755.html> – Дата доступа: 01.03.2019.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by> – Дата доступа: 02.03.2019.
5. Утечка мозгов: взгляд в будущее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znakka4estva.ru/dokumenty/sociologiya-obschestvoznaniye/utechka-mozgov/> – Дата доступа: 18.03.2019.
6. Закон РБ «О внешней трудовой миграции» статья 4 «Основные принципы осуществления внешней трудовой миграции».

УДК 638.124.4

Кульгавая А. Г., Лохаяк А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Крамаренко А. К.

ИССЛЕДОВАНИЕ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОРМОВ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ СПК «БОРОДИЧИ»)

Сельское хозяйство является одной из основных отраслей экономики в Республике Беларусь. Возделывание сельскохозяйственных культур и разведение сельскохозяйственных животных направлено на удовлетворение потребностей населения в продовольствии, потребностей промышленности в сырье, обеспечение других потребностей республики в сельскохозяйственной продукции. Сельское хозяйство в стране включает подотрасли растениеводства (земледелие) и животноводство.

В Республике Беларусь в 2018 г. на долю продукции животноводства в общем объеме продукции сельского хозяйства приходилось 67,2 %. поголовье скота в хозяйствах всех категорий, среди которых преобладают крупный рогатый скот, свиньи, имеет тенденцию к росту: в 2014–2018 гг. – 101,8–102,3 %. Среди категорий хозяйств в стране наиболее высокие показатели по производству продукции животноводства наблюдаются у сельскохозяйственных организаций: в 2014–2018 гг. – 88–97,6 % от общего выпуска продукции.

Сложившаяся ситуация и наблюдаемая тенденция развития подотрасли определена реализацией ряда проектов в мясном животноводстве, в т. ч. проектов по освоению и выпуску импортозамещающих товаров, расширению экспорта [1].

Анализ обеспеченности и эффективности использования кормов составляет часть анализа эффективности работы сельскохозяйственного предприятия. Он необходим для принятия различных управленческих решений. Анализ обеспеченности и эффективности использования кормов – один из эффективных методов управления, который позволяет изучить данные о выполнении плана кормов, изменения в структуре кормов, об окупаемости кормов, влияя-

ние окупаемости кормов на выпуск продукции выращивания и откорма крупного рогатого скота. Он обеспечивает необходимой информацией руководство для планирования и контроля хозяйственных операций, а также для принятия как долгосрочных, так и краткосрочных управленческих решений.

Объектами такого анализа являются валовой объем производства продукции выращивания, откорма КРС, размер и структура поголовья животных, продуктивность КРС и состав кормовой базы предприятия [2].

Обеспеченность и эффективность использования кормов на сельскохозяйственном предприятии отражает производственные отношения, а их выражение экономическими показателями характеризует индивидуальные затраты конкретного предприятия при производстве продукции выращивания и откорма крупного рогатого скота и поэтому является одним из важнейших качественных показателей работы предприятия.

Эффективность использования кормов на предприятии зависит от качества кормов, сбалансированности рациона, соблюдения установленных норм кормления животного. Эффективность использования кормов на предприятии определяет объемы и качество производства продукции выращивания и откорма крупного рогатого скота.

Эффективность использования кормов на предприятии зависит от качества кормов, сбалансированности рациона, соблюдения установленных норм кормления животного. Эффективность использования кормов на предприятии определяет объемы и качество производства продукции выращивания и откорма крупного рогатого скота.

Для выявления факторов, формирующих объем производства продукции выращивания, откорма КРС и ее качество необходимо применить факторный анализ. Исходя из того, что объем производства продукции выращивания, откорма КРС зависит от поголовья животных, состава кормовой базы, рационов кормления, пород животных, условий их содержания, то именно они оказывают непосредственное влияние на объем производства продукции выращивания, откорма КРС. В то же время обозначенные факторы можно подразделить на факторы прямого и факторы косвенного значения. К факторам прямого значения следует отнести поголовье животных и их продуктивность. Остальные факторы оказывают косвенное влияние на объем производства продукции выращивания, откорма КРС [3].

СПК «Бородичи» создано на основании решения Зельвенского районного исполнительного комитета в 1939 г. Специализация СПК «Бородичи» – животноводство мясомолочного направления, производство зерна, картофеля, сахарной свеклы. На 01.01.2019 г. общая площадь земель, находящихся в пользовании, составляет 11 071 га. Сельскохозяйственные угодья составляют 9 973 га, из них пашня – 6 276 га, сенокосы и пастбища улучшенные – 2 641 га, сенокосы и пастбища естественные – 1 056 га. Валовой сбор зерновых и зернобобовых культур в весе после доработки в 2018 г. составил 3 886 т. (в 2017 г. – 2 824 т.), картофеля – 1 535 т. (в 2017 г. – 1 589 т.), сахарной свеклы – 7 725 т. (в 2017 г. – 9 649 т.). Урожайность в среднем по годам – 46,1 ц. с га.

Среднегодовое поголовье крупного рогатого скота в 2018 г. – 2 002 головы скота (в 2017 г. – 2 005 головы скота). В СПК «Бородичи» не осуществляется свиноводство, овцеводство, птицеводство, коневодство. Продано скота в живой массе в 2018 г. 751 т. (в 2017 г. – 956 т.). Среднегодовой удой молока от одной коровы в 2018 г. – 4 428 кг, в 2017 г. – 4 410 кг, среднесуточный прирост крупного рогатого скота в 2018 г. – 683 г., в 2017 г. – 686 г. [5].

Перечень выпускаемой продукции:

- продукция растениеводства (зерновые и зернобобовые (пшеница, кукуруза, ячмень), рапс, картофель, сахарная свекла);
- продукция животноводства (крупный рогатый скот в живой массе, молоко цельное, мясо и мясопродукты).

Анализ состава и структуры сельхозугодий в СПК «Бородичи» представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика состава и структуры сельхозугодий СПК «Бородичи»

Угодья	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.		2018 г.	
	га	%	га	%	га	%	га	%	га	%
Общая земельная площадь	10773	100,0	10767	100,0	11103	100,0	11071	100,0	11071	100,0
Сельскохозяйственные угодья	9971	92,6	9973	92,6	10055	90,6	10044	90,7	9973	90,1
в т. ч. пашня	6304	58,5	6356	59,0	6279	56,6	6279	56,7	6276	56,7
сенокосы и пастбища улучшенные	1630	15,1	1638	15,2	2638	23,8	2223	20,1	2641	23,9
сенокосы и пастбища естественные	1966	18,2	1960	18,2	1138	10,2	1542	13,9	1056	9,5
Сады и ягодники	–	0,0	–	0,0	–	0,0	–	0,0	–	0,0
Площадь леса	–	0,0	–	0,0	–	0,0	–	0,0	265	2,4
Пруды и водоемы	117	1,1	117	1,1	117	1,1	117	1,1	130	1,2
Осушенные земли	2732	25,4	2732	25,4	931	8,4	3020	27,3	3020	27,3

Из таблицы 1 видно, что за анализируемый период общая земельная площадь СПК «Бородичи» возросла до 11071 га, или на 2,8 %. Наибольший удельный вес в общей земельной площади занимают сельскохозяйственные угодья – более 90 %. Сельскохозяйственные угодья предприятия преимущественно представлены пашней – более 55 %. На территории отсутствуют сады и ягодники. Площадь, занимаемая лесом и водоемами, незначительна – около 1 %. За 2014–2018 гг. структура землепользования СПК «Бородичи» не претерпела существенных изменений.

Структуру посевных площадей предприятия рассмотрим в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика состава и структуры посевных площадей СПК «Бородичи»

Показатели	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.		2018 г.	
	га	%	га	%	га	%	га	%	га	%
Зерновые и зернобобовые	2789	67,7	2538	65,6	2149	73,4	1590	74,0	1843	69,3
Кукуруза и зерно	288	7,0	350	9,1	20	0,7	40	1,9	198	7,4
Сахарная свекла	221	5,4	228	5,9	200	6,8	200	9,3	200	7,5
Картофель	92	2,2	120	3,1	120	4,1	97	4,5	60	2,3
Рапс	600	14,6	541	14,0	387	13,2	202	9,4	350	13,2
Прочие масличные культуры	130	3,2	90	2,3	50	1,7	20	0,9	10	0,4
Всего посевов	4120	100,0	3867	100,0	2926	100,0	2149	100,0	2661	100,0

Из данных таблицы 2 видно, что за 2014–2018 гг. площадь посевов СПК «Бородичи» снижается с 4120 га до 2661 га, или на 35,4 %. Это означает, что снижаются объемы произведенной продукции растениеводства. Наибольшее снижение посевов приходится на зерновые и зернобобовые культуры (на 33,9 %). В структуре посевов предприятия из года в год наибольший удельный вес при-

ходится на зерновые и зернобобовые культуры (от 65,6 % до 74,0 %), менее всего посевов сахарной свеклы (от 5,4 % до 7,5 %) и картофеля (от 2,2 % до 4,5 %).

Поведенный анализ обеспеченности кормами СПК «Бородичи» при производстве продукции выращивания и откорма КРС, анализ выполнения плана и изменения структуры кормов за 2014–2018 гг. показал невысокие темпы развития обеспеченности КРС предприятия кормами. Однако можно заключить, что уже создана устойчивая кормовая база, в которой преобладают корма растительного происхождения (многолетние, однолетние травы, кукуруза на силос). В целом она удовлетворяет нормативной потребности СПК «Бородичи» под планируемые объемы производства продукции выращивания и откорма КРС. За 2014–2018 гг. установленные нормативы по обеспечению потребностей КРС в кормах выполняются по большинству позиций. Обеспеченность КРС определяется приростом урожайности кормовых культур в СПК «Бородичи», которая в среднем составляет 101–104 %.

Полученные результаты. Мероприятия, способствующие более полному и эффективному использованию главного средства производства в сельском хозяйстве – земли:

1. Повышение экономического плодородия почв. Это, прежде всего, орошение и осушение, химическая мелиорация, применение удобрений, освоение севооборотов, поверхностное и коренное улучшение лугов и пастбищ.

2. Организационно-экономические мероприятия: совершенствование структуры посевных площадей с учетом конъюнктуры рынка, углубление специализации, применение прогрессивных форм организации и оплаты труда, совершенствование форм хозяйствования и т. п.

3. Рациональное использование экономического плодородия почв: применение наиболее урожайных сортов, улучшение семеноводства, совершенствование схем размещения растений, соблюдение оптимальных сроков проведения сельскохозяйственных работ и выполнение их с высоким качеством, борьба с болезнями растений, вредителями и сорняками.

4. Сохранение плодородия и охрана почв: полезащитное лесоразведение, почвозащитные технологии и севообороты, система мер по борьбе с водной и ветровой эрозией.

В современных условиях кормовая база – важнейший инструмент повышения эффективности хозяйственной деятельности сельскохозяйственного предприятия [4].

Основными инструментами-рычагами данного механизма должны стать финансовые, организационные, правовые, меры, направленные на стимулирование непосредственно сотрудников.

Список цитированных источников

1. Кормовая база скотоводства: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Ветеринарная медицина", "Зоотехния" / Н. Н. Зенькова, И. Я. Пахомов, Н. П. Разумовский. – Минск: ИВЦ Минфина, 2012. – 319 с.

2. Научно-обоснованная кормовая база и адаптированное кормление коров в центральной зоне Нижегородской области: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата сельскохозяйственных наук: 06.02.02 / Герасимов Евгений Юрьевич. – Нижний Новгород, 2008. – 24 с.

3. Крупный рогатый скот: содержание, кормление, болезни, диагностика и лечение: учебное пособие по специальностям "Зоотехния" и "Ветеринария" / А. Ф. Кузнецов [и др.]. – Санкт-Петербург: Лань, 2007. – 623 с.

4. Крупный рогатый скот: справочник для скотовода / В. С. Зелепукин. – Москва : Аквариум, Аквариум-Принт, 2006. – 461 с.

5. Годовые отчеты СПК «Бородичи».

ПРОДВИЖЕНИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современном мире одним из наиболее актуальных направлений развития государства является продвижение его интересов на международном уровне. На сегодняшний момент существует достаточно много вариаций данного процесса, отличающихся качественной разностепенностью. В рамках исследования производится анализ текущего состояния выставочно-ярмарочной деятельности в Республике Беларусь как одного из самых эффективных способов продвижения, а также разработка актуальных предложений по более качественному переходу страны на мировые рынки.

Выставки и ярмарки – это средства маркетинговых коммуникаций, которые играют крайне важную роль в реализации интересов по продвижению. Их постоянная актуальность и лёгкая применяемость являются одними из основных критериев, подчёркивающих достоинства данного подхода. Также они считаются важным инструментом маркетинга. Успех выставочно-ярмарочных мероприятий как способа продвижения достигается за счет одновременного участия специалистов, производителей и потребителей, что дает возможность свободного взаимодействия с ними в целях достижения искомого результата: поиск партнеров, инвесторов, идей, новых рынков сбыта и др.

Анализ Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) текущего и предполагаемого состояния выставочной отрасли показывает, что темпы развития индустрии становятся более высокими по отношению к прогнозируемым показателям [1]. Исходя из этого, существует необходимость проведения многокомплексного исследования, направленного на оценку реальных возможностей для эффективного внедрения данных средств маркетинга в территориальных пределах Республики Беларусь.

На данный момент выставочно-ярмарочная деятельность в Республике Беларусь находится в стадии активного развития, начало которого было положено с момента независимости государства. Об этом говорят следующие факты:

1) ежегодно в Беларуси проводится более ста выставок и ярмарок по самым различным направлениям;

2) Беларусь является одним из участников всё большего количества выставок, проводимых за рубежом;

3) существует около 10 выставочных компаний, которые оказывают непосредственное влияние на развитие отрасли (РУП «НВЦ «БелЭкспо», ЗАО «МинскЭкспо», ВУП «Экспофорум», ВУП «Белинтерэкспо», отделения Белорусской торгово-промышленной палаты и др.).

Международная выставочная деятельность страны подразумевает собой два направления:

- подготовка и реализация мероприятий по проведению международных выставок на территории государства;

- непосредственное участие в зарубежных выставках.

Каждое из направлений создает определённый имидж страны и таким образом продвигает ее на международный уровень.

На рисунке 1 представлен удельный вес выставочных компаний Республики Беларусь, которые занимались организацией выставок в Республике Беларусь. Диаграмма составлена на основе Календаря выставок 2018 года [2].

Наиболее значимое положение занимает торгово-промышленная палата (УП «БелИнтерЭкспо» и региональные отделения) и национальный выставочный центр «БелЭкспо», которые в сумме провели 43% выставок в Республике Беларусь.

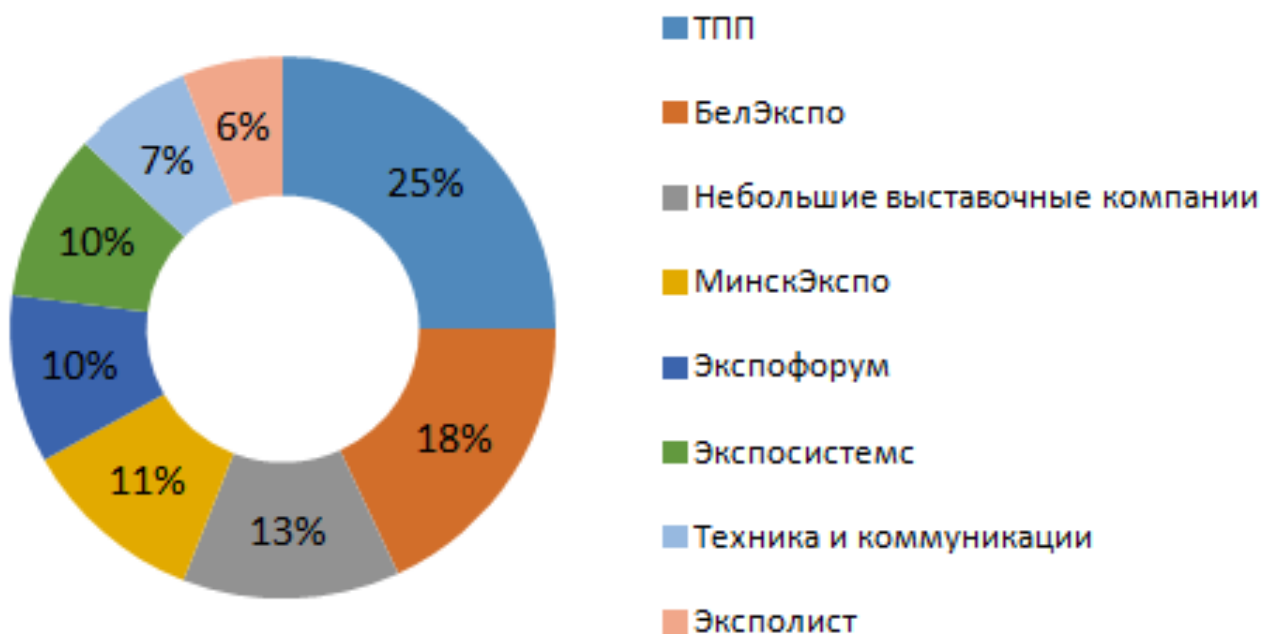


Рисунок 1 – Удельный вес выставочных компаний Республики Беларусь

Согласно World Expo, календарю выставок 2019 по всему миру [3], в Беларуси в период с апреля 2019 года и по январь 2020 года состоится 47 международных выставок (рисунок 2).

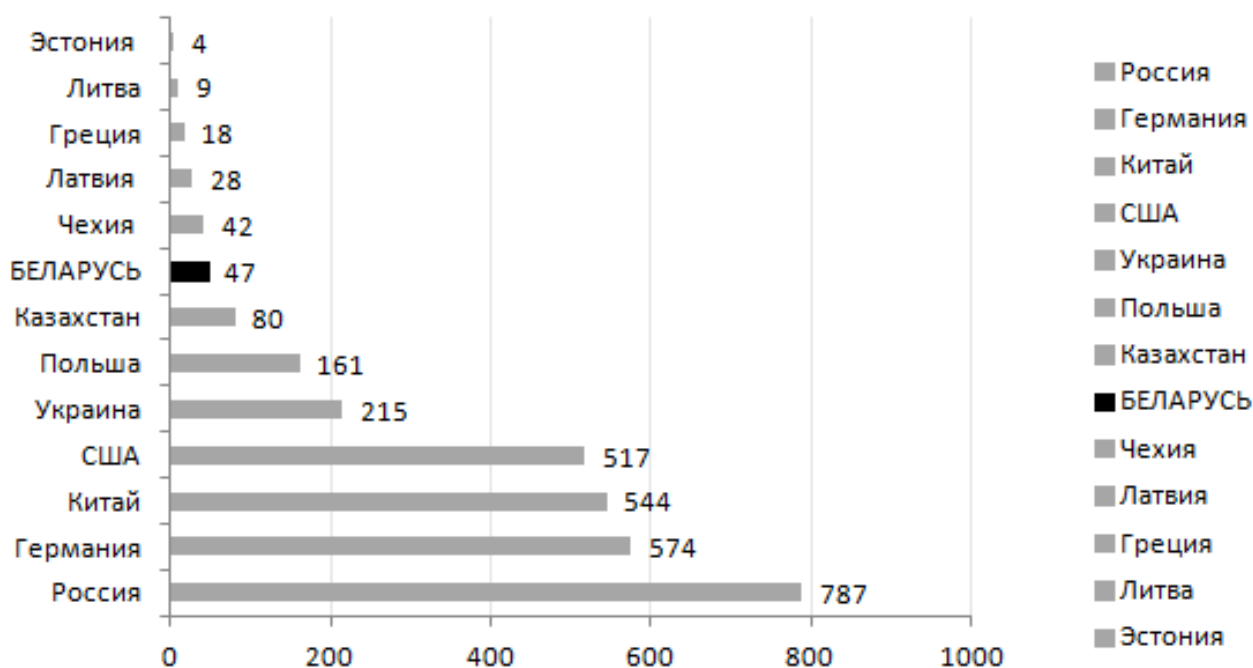


Рисунок 2 – Сравнение Беларуси с другими странами по количеству проводимых международных выставок

По данным World Expo можно проследить, что в Республике Беларусь проводится достаточно много выставок. Стоит отметить, что 46 выставок состоит в городе Минске и одна в городе Бресте: IV Международный форум-выставка деловых контактов Брест-2019. Наиболее значимые и масштабные для Беларуси выставки – это Budexpo, «Белагро», «Продэкспо», MILEX, «ТИ-БО». Также стоит учесть, что к 2021 году в Беларуси планируют построить современный Национальный выставочный центр.

На 2019 год запланировано участие Беларуси в 42 зарубежных международных выставках, большая часть которых по тематике продуктов питания и сельского хозяйства. В выставочный календарь экспозиции белорусских производителей на зарубежных выставках на 2019 год включены только те выставки, которые организуются выставочными предприятиями страны, но следует принимать во внимание еще и те выставки, в которых отдельные белорусские предприятия принимают участие самостоятельно [4].

В целом стоит отметить, что выставочная деятельность Республики Беларусь развивается: страна организывает международные выставки, при проведении которых использует современные технологии, добавляются новые тематики проводимых выставок, Беларусь с успехом принимает участие в зарубежных выставочных мероприятиях. Однако, несмотря на это, есть некоторые моменты, которые требуют совершенствования.

Далее будут приведены предложения, которые поспособствуют развитию выставочной деятельности, созданию положительного выставочного имиджа и продвижению страны на более высокий уровень мирового рынка выставочных услуг.

1. Разработка стратегического плана по развитию международной выставочной деятельности в соответствии со сложившейся ситуацией в стране и современным тенденциям в этой сфере для вывода Беларуси на более высокий выставочный уровень.

2. Разработка учеными или опытными специалистами статистической методики оценки результатов выставок (как организации, так и участия) и тестирование ее на прошедших и предстоящих мероприятиях.

3. Составление плана по внедрению современных информационных технологий в выставочную деятельность и обучение сотрудников выставочных центров

4. Организация современных, подкрепленных статистическими данными семинаров, конференций, вебинаров по необходимости и эффективности участия в выставке для руководителей предприятий.

5. Добавление новых специальностей в ведущие вузы страны, направленных на подготовку специалистов по выставочной деятельности с углубленным изучением мировой экономики, иностранных языков, маркетинга, внешнеэкономической деятельности, дипломатии и др.

6. Ориентация на участие Беларуси в международных выставках в ее конкурентоспособных сферах: IT, вооружение, карьерная техника, молочные продукты.

Таким образом, Беларусь сможет создать положительный выставочный имидж и принимать участие в большем количестве международных выставок, а также стать одним из крупных выставочных центров среди стран СНГ.

Список цитируемых источников

1. The Global Association of the Exhibition Industry [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ifi.org/> – Дата доступа: 01.05.2019.
2. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mart.gov.by/> – Дата доступа: 01.05.2019.
3. World Expo Co. Ltd – лучший календарь выставок 2019 по всему миру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://worldexpo.pro/> – Дата доступа: 20.05.2019.
4. Выставочное унитарное предприятие «Белинтерэкспо» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belinterexpo.by/> – Дата доступа: 20.05.2019.

УДК 336.7

Лаврентьева К. К.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И. И.

ПУТИ АКТИВИЗАЦИИ БИРЖЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В БЕЛАРУСИ НА ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ СИСТЕМ

Целью нашей работы является определение перспектив развития белорусской биржевой системы на основе применения мирового опыта электронной торговли с учетом особенностей функционирования бирж в Беларуси.

На предыдущих этапах исследования мы доказали, что развитие биржевой деятельности в Республике Беларусь происходит недостаточно активно из-за ограниченности использования современных форм организации торгов и неразвитости срочного финансового рынка.

Основными причинами сложившейся ситуации, на наш взгляд, является сравнительно молодой возраст белорусских бирж, а также довольно жесткое государственное регулирование их деятельности при отсутствии нормативно-методической базы по применению в ней производных биржевых инструментов и информационных технологий.

Для преодоления основных трудностей и решения главных проблем биржевой системы нашей страны необходимо рассмотреть, в первую очередь, особенности международной системы организации биржевой торговли на ресурсном, товарном и финансовом рынках.

В настоящее время участники мирового финансового рынка вступают в сделки с большей долей независимости, пересекая границы стран, экономических союзов, интеграционных объединений и различных национальных и международных бирж. Этому способствует развитие интернета, здоровая конкуренция, а также современные технологии биржевой деятельности и научный подход к ее организации.

Широко распространены на мировом рынке такие предметы электронной биржевой торговли, как производные финансовые инструменты в виде фьючерсов и опционов на валюты, фондовые индексы, процентные ставки.

В Республике Беларусь биржевая торговля дериватами не получила пока надлежащего развития. В стране в настоящее время осуществляют свою деятельность лишь две биржи – ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» (БВФБ), а также ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» (БУТБ). Руководство этих бирж также предпринимает попытки по развитию электронной торговли, однако в процессе исследования нами была выявлена тенден-

ция к снижению активности срочного рынка. Так, на Белорусской универсальной товарной бирже торги товарными фьючерсами осуществлялись только с ноября 2012 года до декабря 2014 года. В январе 2015 года ввиду отсутствия широкого интереса со стороны клиентов биржи, работа срочной секции БУТБ была приостановлена (рисунок 1).

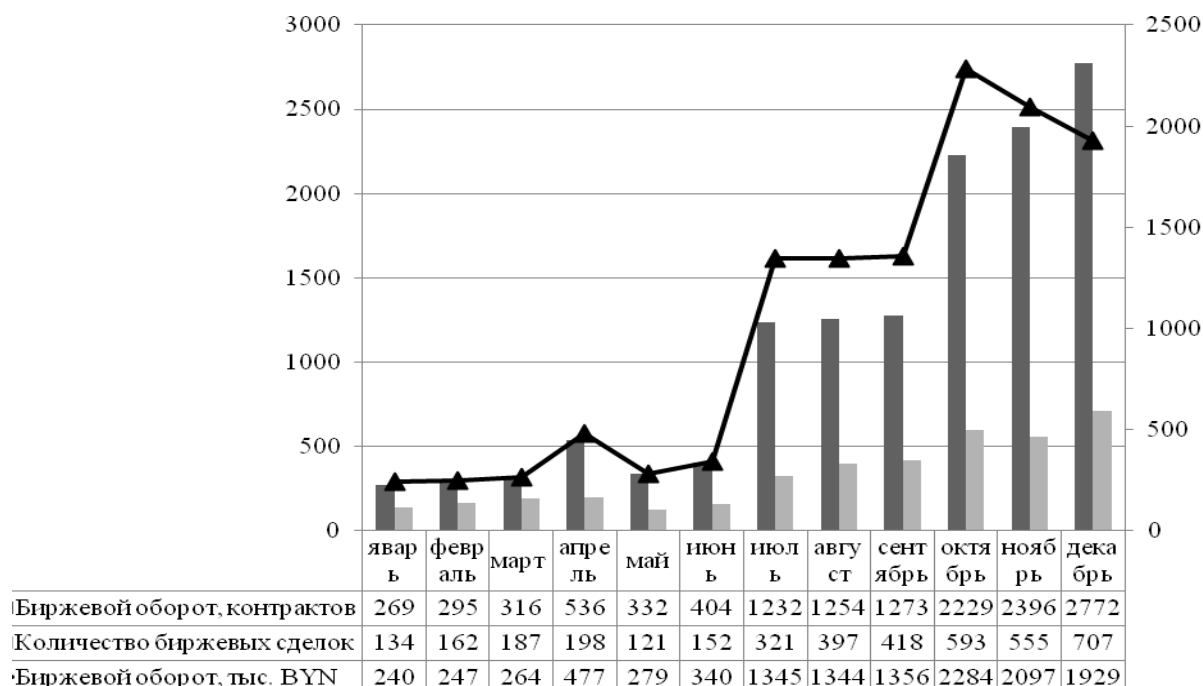


Рисунок 2 – Динамика сделок по секции срочного рынка БУТБ в 2014 г.

Необходимо отметить, что в настоящее время существуют определенные факторы, способствующие автоматизации биржевой деятельности БУТБ в Республике Беларусь. Они заключаются в том, что биржа бесплатно предоставляет пакеты программного обеспечения для оснащения удаленных рабочих мест участников торгов; скоростная электронная система «Биржевые торги» позволяет проводить торги одновременно по каждой из секций с подключением через Интернет удаленных терминалов продавцов и покупателей; на бирже внедряется институт маркет-мейкеров для торгов инструментами срочного рынка.

Технической основой проведения электронных биржевых торгов на БУТБ является уникальная Автоматизированная Система Обеспечения Торгов (АСОТ), которая предназначена для комплексной автоматизации всех необходимых операций на торговых площадках биржи. Основная задача АСОТ заключается в увеличении интенсивности биржевых торгов. Поставленная задача решается путем механизма параллельного проведения множества однотипных биржевых аукционов, в которых участники торгов могут принимать участие одновременно.

Активизации биржевой деятельности в Республике Беларусь будут способствовать также применение EDI-технологий. Это позволит свести к минимуму ручной ввод и обеспечить автоматизированный электронный обмен данными для эффективного управления потоками информации; разработка энергозачетных компьютерных программ для осуществления поиска оптимальных контрагентов; создание базы данных, которая будет собирать информацию, содержащую сведения о рыночной активности и тенденциях.

В то же время выведение на белорусский рынок современных дериватов позволит активизировать деятельность бирж благодаря хеджированию рисков участников биржевых торгов, расширить круг которых биржи смогут за счет допуска к работе юридических лиц, не являющихся профессиональными участниками, а также деятельности маркет-мейкеров на торгах инструментами срочного рынка.

Совершенствование биржевых электронных торговых систем в Республике Беларусь должно происходить на основе широкого внедрения программно-технического комплекса системы организации торгов фьючерсами и опционами, создания организованного срочного рынка, электронного фиксинга и других инструментов, применяемых на мировых биржах.

Список цитированных источников

1. Тарасов, Н.Б. Постатейный комментарий к закону Республики Беларусь от 05.01.2009 «О товарных биржах» – Дата доступа: 11.05.2019.
2. Закон Республики Беларусь от 05.01.2015 N 231-З "О рынке ценных бумаг" – Дата доступа: 11.05.2019.
3. Белорусская валютно–фондовая биржа / Срочный рынок [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bcse.by/ru/markets/index/860> – Дата доступа: 11.05.2019.
4. Белорусская универсальная товарная биржа / Биржевой бюллетень [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.butb.by> – Дата доступа: 11.05.2019.

УДК 336.7

Лаврентьева К. К.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И. И.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ БИРЖЕВЫХ СИСТЕМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью данной работы является изучение наиболее важных аспектов организации электронной биржевой торговли, а также определение перспектив ее развития в Республике Беларусь.

В настоящее время в нашей стране активно развивается цифровая экономика, поэтому в финансово-кредитной сфере очень важное внимание уделяется формированию Межбанковской системы идентификации. Ее функционирование предназначено для проведения идентификации физических и юридических лиц без их личного присутствия, что позволяет снизить ряд финансовых рисков. В связи с этим рассматриваются вопросы совершенствования банками и небанковскими учреждениями процедур организации сделок по активным и пассивным операциям в электронном виде с использованием новых программно-аппаратных средств и технологий, которые будут осуществляться без использования электронных цифровых подписей [1].

Электронная биржевая торговля представляет собой новое явление в развитии технологий осуществления операций на международных товарных биржах и считается относительно новым подходом к процессу совершения биржевой торговли. Одной из важнейших характеристик электронной биржевой системы является определенный алгоритм, который используется системой для заключения и проведения биржевых сделок.

В настоящее время множество систем электронной торговли применяют для подбора покупателей и продавцов, у которых приоритетом выступает ал-

горитм цены и времени. На выигрышной позиции при этом находятся команды, готовые предоставить наилучшую цену, которая будет удовлетворять как продавцов, так и покупателей.

Главным преимуществом электронной биржевой системы является то, что торговые операции осуществляются в любое время суток. У брокеров возникает возможность осуществлять торговлю в те часы, когда обычная биржа закрыта, и это является потенциальным фактором для получения дополнительной прибыли для брокерских компаний.

Недостаток же заключается в том, что в Республике Беларусь сравнительно молодой возраст бирж, а также довольно жесткое государственное регулирование их деятельности при отсутствии нормативно-методической базы по применению в ней производных биржевых инструментов и информационных технологий [2].

На прошлых этапах исследования мы установили, что условиями активизации биржевой деятельности в Республике Беларусь являются также:

- применение EDI-технологий. Это позволит свести к минимуму ручной ввод и обеспечить автоматизированный электронный обмен данными для эффективного управления потоками информации;
- разработка энергозачетных компьютерных программ для осуществления поиска оптимальных контрагентов;
- создание базы данных, которая будет собирать информацию, содержащую сведения о рыночной активности и тенденциях.

Технология электронного обмена данными (EDI) позволит обмениваться коммерческой информацией между организациями в структурированной цифровой форме, которая будет основана на регламентированных форматах и стандартах обмена информацией. Внедрение данной системы в осуществление биржевой торговой деятельности окажет влияние на повышение качества взаимного сотрудничества, а также упрощению и ускорению скорости работы с клиентами [3].

Энергозачетная компьютерная программа необходима для осуществления поиска оптимальных контрагентов по определенным заложенным критериям поиска. Данная программа объединяет контрагентов в определенную единую схему осуществления сделки, которая отражается оператору биржи в виде генеральной линии и возможными частными отклонениями. Программа также имеет возможность разделять одну крупную сделку-зачет на несколько мелких сделок-зачетов, результатом которых будет организация первоначальной, генеральной сделки. Схема осуществления энергозачетной сделки показана на рисунке 1.



Рисунок 1 – Пример проведения энергозачетной сделки

На рисунке 1 представлен вариант, когда предприятие-должник не имеет возможности рассчитаться с предприятием-кредитором, несмотря на то, что данное предприятие произвело необходимый товар, который можно реализовать на рынке. Но зачет будет заведен на другое предприятие, которое данную продукцию отгрузит себе по более приемлемой цене. В данном случае и необходимо объединить несколько заинтересованных сторон, которые участвуют в зачете в рамках единой схемы.

Еще одним вариантом является создание базы данных, которая будет собирать информацию, содержащую сведения о рыночной активности и тенденциях. Разработка журнала сделок, который будет включать детальную информацию по каждой осуществленной сделке [4]. А общие формулы выведут обобщающую информацию об общем количестве сделок, о проценте прибыльных и убыточных сделок, а также размер средней прибыли и убытка. Пример разработанного в Excel журнала представлен на рисунке 2.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Период	Инструмент	Курс открытия	Курс минимальный	Курс максимальный	Средневзвешенный курс	Курс последней сделки	Оборот в руб.	Свеча	Profit	Баланс
2	11.03.2019	EUR/BYN TOD	2,4158	2,405	2,4158	2,4069	2,406	11 360 440	М		
3	12.03.2019	EUR/BYN TOD	2,4069	2,4069	2,4128	2,4086	2,4128	5 313 326	Б	-61	-61
4	13.03.2019	EUR/BYN TOD	2,4115	2,41	2,4115	2,4108	2,4109	11 919 000	М	-8	-69
5	14.03.2019	EUR/BYN TOD	2,4095	2,4095	2,4145	2,4141	2,4106	3 879 426	Б	-13	-82
6	15.03.2019	EUR/BYN TOD	2,4095	2,4069	2,41	2,4089	2,4069	7 862 675	М	-28	-110
7	18.03.2019	EUR/BYN TOD	2,401	2,3976	2,401	2,3985	2,3981	10 383 120	М	-31	-141
8	19.03.2019	EUR/BYN TOD	2,3985	2,388	2,3985	2,3903	2,39	12 919 345	М	-87	-228
9	20.03.2019	EUR/BYN TOD	2,39	2,3872	2,391	2,3894	2,391	26 359 516	Б	-12	-240
10	21.03.2019	EUR/BYN TOD	2,392	2,39	2,3934	2,3925	2,3903	34 868 313	М	-19	-259
11	22.03.2019	EUR/BYN TOD	2,39	2,376	2,391	2,3879	2,379	20 509 682	М	-112	-371
12	25.03.2019	EUR/BYN TOD	2,392	2,3879	2,3926	2,3904	2,3918	23 007 185	М	-4	-375
13	26.03.2019	EUR/BYN TOD	2,3904	2,3904	2,3974	2,3951	2,397	18 282 170	Б	-68	-443
14	27.03.2019	EUR/BYN TOD	2,3944	2,393	2,4015	2,3951	2,4015	20 437 613	Б	-73	-516
15	28.03.2019	EUR/BYN TOD	2,3935	2,3915	2,3965	2,3937	2,3955	10 386 070	М	-22	-538
16	29.03.2019	EUR/BYN TOD	2,397	2,383	2,397	2,3889	2,383	3 834 219	Б	-142	-680
17	01.04.2019	EUR/BYN TOD	2,401	2,3955	2,407	2,4027	2,4025	36 015 790	Б	-17	-697
18	02.04.2019	EUR/BYN TOD	2,399	2,395	2,4038	2,3991	2,4038	13 214 350	Б	-50	-747
19	03.04.2019	EUR/BYN TOD	2,407	2,4033	2,4102	2,4063	2,41	8 272 821	Б	-32	-779
20	04.04.2019	EUR/BYN TOD	2,412	2,4056	2,412	2,407	2,4056	19 816 609	М	-66	-845
21	05.04.2019	EUR/BYN TOD	2,411	2,403	2,411	2,4042	2,4034	19 502 962	М	-78	-923
22	08.04.2019	EUR/BYN TOD	2,408	2,401	2,408	2,4024	2,4041	13 642 997	М	-41	-964
23	09.04.2019	EUR/BYN TOD	2,4024	2,3955	2,4024	2,3984	2,3955	20 549 407	М	-71	-1035
24	10.04.2019	EUR/BYN TOD	2,399	2,3897	2,399	2,3922	2,3908	21 881 415	М	-84	-1119
25										2	

Рисунок 2 – Пример построения БД в Excel для торговой системы

Из рисунка 2 следует, что если курс закрытия больше курса открытия сделки, то будет «бычья свеча», а если курс открытия больше курса закрытия, то «медвежья свеча». Соответственно, в нашей таблице в ячейке I2 формула будет иметь следующий вид: **=ЕСЛИ(G2>C2;"Б";ЕСЛИ(G2<C2;"М";"-"))**. На следующем шаге вычисляем результат каждой сделки согласно торговой идее. Покупка целесообразна при «медвежьей», а продажа – при «бычьей свече».

Если у свечи нет тела (курс закрытия равен курсу открытия), то сделку не совершаем (записываем в этот день результат «0»). Далее вычисляем результат и прибыль (убыток) каждой сделки, совершенной согласно торговой идее. Профит, в нашем случае, определим по формуле: **=ЕСЛИ(I3="Б";(C3-G3)*10000-J\$25;ЕСЛИ(I3="М";(G3-C3)*10000-J\$25;0))**. И конечный результат рассчитывается суммой предыдущего результата сделки и текущей (-1119 пп).

В итоге прогнозируется общий результат торговли за рассматриваемый период. С помощью данного метода анализа можно отслеживать тенденцию и динамику общей торговли и, благодаря выявленным результатам, ранжировать различные стратегии торговли на бирже. Условием его применения является свободный доступ к операциям на срочном рынке банкам и коммерческим организациям, а также совершенствование биржевых электронных торговых систем в Республике Беларусь.

Список цитированных источников

1. Сачковская, О. Перспективы развития цифровых технологий в Республике Беларусь / О. Сачковская // Банковский вестник. – 2018. – С. 10-13.
2. О рынке ценных бумаг: Закон Республики Беларусь от 05.01.2015 N 231-3 – Дата доступа: 13.05.2019.
3. Преимущества от внедрения электронного обмена данными [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://topby.by/help/edi_about – Дата доступа: 13.05.2019.
4. Грамотное ведение журнала, правила и рекомендации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kapitalogija.com/fx/dnevnik-treydera#i-3> – Дата доступа: 13.05.2019.

УДК 399.138

Левина А. С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Бережная Г. Г.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И МЕТОДЫ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Нет ничего сильнее, чем эмоциональная реакция, т. к. именно это влияет на решение о покупке.

Эмоции – это психические процессы, протекающие в форме переживаний и отражающие личную значимость и оценку внешних и внутренних ситуаций для деятельности человека.

Человеческий мозг генерирует около 10 000 решений в день. Многие из них связаны с товарами и услугами. 90% решений определяются на подсознательном уровне.

Маркетинг во многом основан на чувственном и эмоциональном познании окружающей действительности. Чтобы захватить умы и сердца потребителей, компании все чаще прибегают к эмоциональному маркетингу.

Эмоциональный маркетинг – это продвижение продукта или услуги, которые вызывают эмоции. Как правило, каждая кампания строится вокруг одной эмоции: счастья, грусти, гнева или страха – и рассчитана на заметную реакцию потребителей. Все осложняется тем, что эмоции, как и цвета, имеют множество оттенков, представляющих весь спектр [1].

Эмоции можно использовать для разных целей:

- добиться правильного восприятия;
- повлиять на поведение;
- усилить ощущения.

Во время компании вы должны выбрать одну эмоцию из множества. Как и в случае с маркетинговыми целями, стоит выбрать те эмоции, которые вызовут ваши рекламные материалы. Это повлияет на детали компании: стиль авторского права, формат медиа, графический дизайн и т. д. – и это сделает его максимально эффективным.

Впервые идея о близости товара и бренда к уму и чувствам потребителя была сформулирована маркетинговыми Э. Райсом и Д. Траутом в работах «Позиционирование» и «22 непреложных закона маркетинга». Авторы утверждают, что идея продукта должна найти осмысленное и уникальное место в сознании целевых потребителей, поскольку выбор продукта влияет не на сам продукт, а только на его восприятие.

Особенность эмоционального маркетинга заключается в более глубоком воздействии на потребителя. В отличие от стандартного маркетинга, где рациональное мышление в основном вовлечено в процесс принятия решений, кото-

рый заключается в выборе наилучших качеств продукта или услуги по лучшей цене, в эмоциональном маркетинге воздействие направлено на подсознание, чувства, эмоции и ощущения человека. Это особенно хорошо работает в тех областях, где сам продукт или услуга имеют значительную эмоциональную составляющую. Это шоу-проекты, фильмы, курорты и т. д. Современный потребитель все меньше и меньше руководствуется рациональным мышлением при выборе товара. Как и уровни пирамиды Маслоу, требования клиентов возрастают с развитием рынков. И там, где раньше было достаточно основных функций продукта, сейчас требуется удовлетворение эмоциональных ожиданий [2].

Основой эмоционального маркетинга является эмоциональный интеллект (EI) – способность человека распознавать чувства, достигать и генерировать их, способствуя мышлению, понимая эмоции и их значение, контролируя их, усиливая эмоциональный и интеллектуальный рост. В отличие от обычного понимания IQ, EI подразумевает способность правильно интерпретировать ситуацию, влиять на нее, интуитивно понимать, что другие люди хотят и в чем нуждаются, знать их сильные и слабые стороны, не поддаваться стрессу и быть обаятельным. Другими словами, эмоциональный интеллект – это способность человека не позволять эмоциям и переживаниям принимать неправильные решения, не идти на поводу у собственных эмоций.

Современные технологии, такие как социальные сети и Интернет в целом, виртуальная реальность и высококачественный видеоконтент, являются хорошими инструментами для эмоционального маркетинга. Зачастую перед покупкой значимой вещи современный потребитель анализирует отзывы и обзоры в интернете. И если у бренда есть лояльная аудитория, которая искренне передает все прелести бренда, которые он открыл для себя, то потенциальный покупатель, скорее всего, предпочтет этот бренд. В сфере услуг инструментами эмоционального маркетинга могут быть добрый и профессионально обученный персонал, приятная атмосфера и мелочи, которые не увеличивают полезность услуги, но доставляют эмоциональное удовлетворение даже на бессознательном уровне.

Стоит отметить, что эмоциональный маркетинг не ограничивается эмоциями во время взаимодействия человека с персоналом предприятия или элементом маркетинговой коммуникации. Эмоциональный маркетинг также заключается в создании позитивных ассоциаций с товарами, услугами и брендом компании, когда человек, даже не зная конкретных преимуществ продукта, испытывает к нему положительные эмоции. Речь идет об эмоциональных предпочтениях, а не потребностях, которые могут быть удовлетворены конкретным продуктом.

Основными эмоциональными факторами маркетинга являются страх, вина, гордость, жадность и любовь.

Одним из нестандартных рекламных методов является сторителлинг [3].

Сторителлинг – это маркетинговый инструмент, в котором информация о товаре или услуге представлена в формате «рассказывания историй».

Информация доходит до клиента в виде преимуществ перед другими компаниями, полезности и удобства услуг. Все это подается в форме ненавязчивых историй, отзывов клиентов, жизненных ситуаций и делает маркетинг ближе к клиенту.

У сторителлинга есть свой сценарий развития событий истории.

1. Монстр приближается.

Здесь проблема представлена в виде монстра (микробы, бактерии, температура, грипп, грибок, кариес), и тогда ваш продукт помогает справиться с

этим. В основном этот сценарий используется для рекламы фармацевтической продукции и бытовой химии.

2. Перерождение.

Без вашего продукта плохо, грустно, голодно и холодно. Но как только он появляется он справляется со всеми жизненными трудностями (Сникерс, «Ты не ты, когда голоден»; RedBull окрыляет).

3. Магический помощник.

Он помое, накормит, отремонтирует, стирает. Он исполнит все ваши желания - вам остается только спросить (чистящие средства Mr. Proper, Mr. Muscle).

4. Трагедия.

Тем не менее, с этой техникой вы должны быть осторожны, потому что негатив может перейти на восприятие вашего бренда. Но как рассказать грустную историю, чтобы после нее не было тяжелого осадка? Очень просто: превратить все в шутку.

Именно это и сделали маркетологи в рекламе жевательной резинки «Орбита», рассказав трогательную историю с Бандерасом в главной роли.

5. Комедия.

Веселые истории так же популярны, как и грустные. Рассказать о товаре с юмором - самая сложная задача. Но стоит отметить, что это смешные и качественные истории больше всего нравятся людям (реклама шоколадных драже M&M's).

6. Абсурд.

Основная цель - привлечь внимание любым способом. Например, это жевательные конфеты с фруктовыми вкусами от Skittles и мужской дезодорант Old Spice.

7. Один день из жизни.

Расскажите об одном дне из жизни вашего офиса или позвольте взглянуть на производство.

В качестве примера ролик из серии «О Петровых начистоту». Каждое новое видео - один день из жизни знаменитой семьи. Или рекламный ролик шоколадного батончика Twix.

Чтобы добиться ожидаемого эффекта, маркетолог должен научиться ставить себя на место потребителя и чувствовать его желания. Для этого важно иметь высокий эмоциональный интеллект. Эмоциональный интеллект действует как группа умственных способностей, которые участвуют в осознании и понимании собственных эмоций и эмоций других людей. Люди с высоким уровнем эмоционального интеллекта хорошо осведомлены о своих эмоциях и чувствах других людей, могут управлять своей эмоциональной сферой, и поэтому в обществе их поведение более адаптивно, и им легче достигать своих целей во взаимодействии с другими.

Очень важно развивать этот тип интеллекта, потому что он может позволить маркетологам понимать мотивы других людей, «читать их как книгу» и, следовательно, находить потребителей и эффективно взаимодействовать с ними.

Список цитированных источников

1. Официальный сайт МЕГАПЛАН. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://megaplan.ru/letters/emotsionalnyj-marketing-bazovye-printsipy/> – Дата доступа: 16.04.2019.

2. Официальный сайт Научный форум. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nauchforum.ru/conf/economy/ix/25023> – Дата доступа: 16.04.2019.

3. Гончарова, В. Сторителлинг, или как истории меняют мир маркетинга / В. Гончарова, А. Лобач // Маркетинг: идеи и технологии. – 2018. – №3. – С. 45-49.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СКЛАДЕ

В наше время под складским хозяйством понимается отрегулированная многоуровневая организация, объединенная в единый технологический процесс с автоматизированными системами по учету складированных запасов, начиная от их приемки и заканчивая отгрузкой конечному потребителю. Современный склад является довольно сложной структурой, как с технической, так и с управленческой стороны. Ускоряющиеся темпы научно-технического прогресса вносят значительные изменения в структуру логистического процесса управления запасами. Проявляется это в том, что ежедневно в наш обиход входят новые, всё более совершенные системы движения материальных потоков.

Широкое распространение и внедрение современных комплексных автоматизированных систем управления складом, базирующихся на новейших средствах получения и обработки информации в режиме реального времени, обусловливается необходимостью минимизации временных и трудовых издержек.

Разделение труда на любом предприятии непрерывно связано с его кооперацией. Под кооперацией труда подразумевают совместное участие работников в одном или нескольких, связанных процессах труда. Она позволяет обеспечить наибольшую согласованность действий отдельных работников или групп работников складского хозяйства, выполняющих различные трудовые функции по осуществлению технологического процесса работы складов (приемки, хранения, отгрузке товаров); ритмичную работу подразделений комплекса.

Склад управляется через функциональные подразделения [1] – службы, филиалы, отделы, секции, группы, участки. Состав и их особенности обуславливается организационной структурой управления склада.

В процессе формирования организационной структуры склада требуется создать административно-хозяйственные связи и порядок подчиненности структурных подразделений, а также спланировать содержание и последовательность действий по управлению работой всего складского комплекса.

Система управления складского комплекса должна способствовать своевременности руководства и осуществления контроля за процессом выполняемых технологических действий.

Потребность в персонале. Чтобы определить потребность складского комплекса в персонале, нужно использовать данные о товарных потоках, список технологических операций, производимых на складе за смену, а также время выполнения каждого действия на складе, необходимое для определённого объема работы. Для этого используется формула расчета персонала склада:

$$P = \left(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \frac{T_j \times W_i}{T_0} \right) \times K_1 \times K_2,$$

где P – общая численность складских работников на предприятии; n – операции, производимые в течение смены; m – персонал, выполняющий операцию n ; T_j – норматив времени выполнения одним рабочим единицы объема работы; W_j – прогнозируемый объем работы на смену; T_0 – продолжительность смены (или периода смены, выделенного для данного вида операций); K_1 – коэффициент, учитывающий вспомогательные и подготовительные работы; K_2 – коэффициент, учитывающий сотрудников в отпуске или на больничном.

Обычно складской персонал состоит из людей без высшего образования, получивших профессиональные умения и навыки в процессе незначительного обучения и практики. В крупных складских комплексах имеется большое число сотрудников, выполняющих определённые функции.

Приемщики распаковывают товар, выполняют его приемку по количеству и собирают информацию для оприходования и составления актов приемки.

Товароведы осуществляют приемку продукции по качеству. Они ответственны за обеспечение нужных условий хранения товаров. Товароведы анализируют информацию о движении запасов по всевозможной номенклатуре и передают её коммерческому отделу.

Отборщики производят отбор товаров.

Упаковщики укладывают товар в тару, которую потом маркируют и пломбируют. Они несут ответственность за качество упаковки, которая должна исключать механические дефекты и недостачу продукции в упаковочном месте.

Водители подъемно-транспортных механизмов перемещают и укладывают товары на хранение в механизированных складских комплексах.

Кладовщики могут отвечать за передвижение и укладку товаров в маленьком немеханизированном складе. Если складской комплекс большой, то его делят на несколько участков или секций, контроль над которыми поручают кладовщикам. Обязанности кладовщиков схожи с обязанностями завскладом. Они осуществляют прием и отпуск продукции, собирают соответствующую документацию, рационально размещают грузы на хранение, ответственны за сохранность продукции, ведут учет движения товаров, руководят работой персонала: приемщиков, отборщиков, упаковщиков, грузчиков, водителей и прочих сотрудников.

Относясь добросовестно к своим должностным обязанностям, работники смогут изучить номенклатуру хранящейся продукции, условия хранения и особенности обращения с товаром. Однако если в штате компании не хватает восприимчивых к обучению и новым знаниям рабочих, или у сотрудников из-за высокой занятости нет возможности ознакомиться со всем необходимым уставом, то руководству необходимо правильно организовать контроль. Требуется обеспечить систематические проверки правильности выполнения всех операций, порученных сотрудникам, так как от качества их работы зависит имидж предприятия [2].

Деятельность складского комплекса возглавляет начальник, который должен:

- создать условия для роста производительности труда;
- обеспечить комфортные условия труда;
- грамотно и правильно организовать труд работников;
- проводить мероприятия для повышения качества обслуживания клиентов склада;
- своевременно доводить до работников сведения о технологических схемах работы;
- создать условия для материальной заинтересованности работников в результатах труда;

- обеспечить своевременную выплату заработной платы;
- правильно применять действующие условия оплаты и нормирования труда.

Руководство отвечает за продуктивную работу компании [3]. Очень важно, чтобы подчиненные уважали руководителей и доверяли им. В таком случае сотрудники будут выполнять все указания. В иностранных компаниях принято считать, что основой для успешного руководства является полная компетентность подчиненных в их обязательствах и ответственности. Работники должны точно знать, кому именно они подчиняются, что именно они должны делать, каким образом их деятельность влияет на финальный результат. Менеджер должен быть компетентным и справедливым в отношениях с подчиненными, ему не следует выделять фаворитов. Если сотрудники будут чувствовать несправедливое отношение со стороны начальства, то атмосфера в коллективе станет напряженной, а это, в свою очередь, отразится на производительности труда. Плохие отношения между вышестоящими и нижестоящими сотрудниками непосредственно приведут к отрицательному исходу: удовлетворенность условиями работы у сотрудников снизится, это отобразится на взаимодействии с клиентами, на имидже компании и ее месте на рынке.

Чаще всего при управлении персоналом удаленных складов филиалов используется линейно-функциональная структура. Деятельность склада характеризуется независимой работой, которая выражается в полной автономии структурных подразделений филиалов от отделов головного офиса предприятия. При этом директор филиала управляет всей его деятельностью. Также под его контроль попадает отдел логистики и начальник службы логистики филиала, который выполняет работу по координации складов филиала.

Каждый филиал сам координирует свою деятельность, учитывая особенности местного рынка, а также работу сотрудников складов. Общее представление функционирования филиала формируется на базе квартальных и годового финансовых отчетов филиала.

Главный менеджер по логистике компании непосредственно осуществляет свою работу только в его центральном офисе. Его командировки в филиалы представляют собой скорее консультативную, нежели управленческую функцию. Такая структура наиболее характерна для первых месяцев работы предприятия после его выхода в регионы. Но подобная ситуация кардинально не меняется за многие годы.

Для работы складского персонала филиала необходимо соблюдение следующих правил:

- составление конкретных должностных инструкций, которые включают определенные обязанности определённых сотрудников и меры их ответственности;
- разработка положений о структурных подразделениях и производственные инструкции технологических операций на складе;
- составление грамотных инструкций по охране труда и правилах пожарной безопасности;
- включение системы контроля производительности труда складских работников в стандартные формы отчетности;
- осуществление постоянного контроля работы филиала менеджером по логистике.

Руководителям необходимо пытаться удовлетворять потребности персонала. Менеджменту стоит рассмотреть на следующие нужды подчиненных:

- физические нужды. Сотрудники нуждаются в чистых и комфортабельных душевых и туалетах, освещенных и вентилируемых помещениях. Большин-

ство рабочих предпочитает обедать не на рабочем месте, поэтому следует оборудовать кухню или столовую;

- безопасность. Персонал должен быть уверен, что на рабочих местах выполняются все необходимые требования по охране труда, чтобы люди чувствовали себя застрахованными от травматизма;

- стабильность. Сотрудники хотят защиты от вынужденных простоев при сдельной оплате труда. К примеру, в случаях несвоевременной доставки продукции или небольшого количества заказов;

- социальные нужды и навыки. Большинство рабочих предпочитают повышать свою квалификацию и приобретать новые умения в работе. Сотрудникам нужно уважительно взаимодействовать друг с другом, ценить мнение коллег, уметь оказывать и принимать помощь;

- карьерный рост. Квалифицированные работники уверены, что со временем им поручат более высокооплачиваемую должность. Они могут иметь желание организовать собственный склад или добиться успеха любым другим способом.

Нужно понимать, что нет необходимости давать рабочим невыполнимые задания. Руководство должно разработать такие методы оплаты труда работников, чтобы регулярные задания были реально достижимыми, а вознаграждение давалось только за дополнительные усилия. Во многих зарубежных странах при сверхурочных работах сотрудникам помимо дополнительной платы предлагают бесплатный ужин. Сотрудникам следует точно оценивать полученные ими результаты. Для этого им должны быть абсолютно понятны цели их работы и предъявляемые требования.

Сегодня деятельность складского комплекса довольно-таки сложный процесс, однако внедрение автоматизированных систем и решение по вопросам управления персоналом делают эту деятельность проще, тем самым минимизируются все возможные издержки, связанные с организацией работы.

Список цитированных источников

1. Персонал склада. Организация труда на складе. Управление складским персоналом. Складской персонал и управление складской деятельностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infopedia.su/1x851b.html>. – Дата доступа: 22.03.2019.

2. Логистика. Введение в управление складом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.xcomp.biz/1-5-2-vvedenie-v-upravlenie-skladskim-personalom.html>. – Дата доступа: 18.03.2019.

3. Аутсорсинг в складировании: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/45509/1/ladutko_miklashevich_2_2011_sbornik7_tom2.pdf. – Дата доступа: 22.03.2019.

УДК 346.26

Марзан А. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Драган Т. М.

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Необходимым условием эффективной деятельности любого предприятия, в том числе и предприятия малого бизнеса, выступает его финансовая устойчивость. Целью исследования является изучение особенностей оценки и выявление проблем управления финансовой устойчивостью для предприятий малого бизнеса в Республике Беларусь.

Финансовая устойчивость представляет собой такое финансовое и экономическое состояние организации, при котором платежеспособность сохраняет устойчивую тенденцию, т. е. постоянна во времени, а соотношение собственного и заемного капитала находится в пределах, обеспечивающих эту платежеспособность [1, с. 22].

Обеспечение финансовой устойчивости - это поддержание такого состояния финансовых ресурсов предприятия, их размещение и результативность использования, при котором происходит развитие предприятия на основе роста прибыли и активов при сохранении платежеспособности и кредитоспособности.

Устойчивость определяется состоянием ресурсов предприятия, при котором оно способно сохранить свое качество при условии изменяющейся среды. Финансовая устойчивость предприятия характеризует финансовый потенциал (состояние ресурсов), который соответствует требованиям рынка.

Чем выше устойчивость организации, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры, и, следовательно, тем меньше риск оказаться на краю банкротства [1, с.22].

Устойчивость системы складывается под воздействием различных внешних и внутренних факторов, действующих на малый бизнес. Внешние факторы связаны с общим состоянием макроэкономической обстановки в стране, внутренние факторы зависят от организации работы самого предприятия. Внутренняя финансовая устойчивость зависит от регулирования изменения этих факторов, внешняя - от стабильности экономической среды, в рамках которой осуществляется деятельность предприятий. Только детальный и постоянный анализ факторов внутренней и внешней среды позволит разработать план по улучшению финансовой устойчивости предприятия.

Общая устойчивость предприятия может быть обеспечена при условии стабильной реализации продукции, своевременной ее оплаты и стабильного получения выручки.

Существует риск потери или снижения финансовой устойчивости, из-за которого могут возникнуть финансовые потери, которые в худшем случае могут поставить под угрозу само существование предприятия. Утрата устойчивости может произойти в случае возникновения внешних негативных воздействий и ошибок менеджмента.

С помощью правильно организованного анализа можно вовремя заметить ухудшение финансового состояния малого предприятия, выявить признаки негативных тенденций в его хозяйственной деятельности, которые могут привести к потерям. Поэтому основными задачами анализа финансового состояния малого предприятия являются:

- оценка динамики суммы и структуры средств малого предприятия и источников их формирования за анализируемый период, эффективность использования имущества (капитала) малого предприятия, обеспеченность малого предприятия собственными оборотными средствами;
- выявление изменений показателей финансовой устойчивости и их интерпретация;
- объективная оценка динамики и состояния ликвидности и платежеспособности малого предприятия;
- оценка состояния финансовой, кредитной, расчетно-платежной дисциплины;
- определение эффективности использования финансовых ресурсов;

- разработка основных мероприятий по укреплению финансового состояния малого предприятия.

Для оценки финансовой устойчивости проводится анализ финансового состояния предприятия, выражающийся в образовании, распределении и использовании имеющихся ресурсов, полученных результатов. Также оценка финансовой устойчивости связана с оценкой ликвидности и платежеспособности, это говорит о комплексности понятия.

Особенности оценки финансового состояния малых предприятий обусловлены особенностями малого предпринимательства.

Согласно ст. 3 Закона Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. «О поддержке малого и среднего предпринимательства» к субъектам малого предпринимательства относятся [2]:

- индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь;

- микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;

- малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно.

К важным особенностям малого бизнеса можно отнести: широкое использование небольших местных источников сырья, способность к ускоренному освоению инвестиций и высокая оборачиваемость оборотных средств. Еще одной характерной чертой этого сектора является активная инновационная деятельность, способствующая ускорению развития различных отраслей экономики.

Малые предприятия функционируют в небольших рыночных сегментах, им присущи высокая маневренность производства по сравнению с крупными предприятиями, чуткое реагирование на спрос потребителей, технологическая, производственная и управленческая гибкость, которая в свою очередь способствует стабилизации макроэкономических процессов в стране.

Основное преимущество малых компаний, по сравнению с крупным бизнесом, заключается в меньших потребностях в финансовых ресурсах. В то же время, в связи с более высокой оборачиваемостью, в большинстве предприятий малого бизнеса эффективность использования финансовых ресурсов выше, чем в крупных организациях.

В отличие от крупных предприятий, которые имеют возможности и средства, у которых разработаны свои методы определения финансового состояния, предприятия малого бизнеса часто занимаются вопросами повышения финансовой устойчивости без детального анализа. Так как штат сотрудников небольшой (до 100 человек), вопросами по управлению устойчивостью занимается один (директор или главный бухгалтер) или несколько человек, в то время как на крупных предприятиях целые отделы.

Традиционный анализ финансового состояния хозяйствующих субъектов проводится на базе обработки комплекта выходных форм отчетности и расчета большого количества коэффициентов (коэффициентов ликвидности, финансовой устойчивости и деловой активности). Финансовая документация малых предприятий зачастую не позволяет провести традиционный анализ финансового состояния и адекватно оценить эффективность деятельности, а соответственно и перспективы развития. Недостаточный объем и состав информации могут оказывать прямое влияние на качество анализа.

В связи с тем, что малые предприятия и индивидуальные предприниматели в соответствии с законодательством применяют упрощенные системы учета и отчетности, анализ использования финансовых ресурсов, в особенности на малых предприятиях, в большинстве случаев затруднен.

Достаточно затруднен расчет коэффициентов финансовой устойчивости, поэтому часто для оценки используют показатели прибыли и рентабельности, однако коэффициенты рентабельности и оборачиваемости дают довольно слабую оценку.

Также многие малые и средние предприятия стараются иметь на балансе основные средства по наименьшей стоимости – в целях экономии на уплате налогов. Это может привести к занижению реальной стоимости капитала и чистых активов бизнеса. Из-за этого на предприятии наблюдается недостаток ликвидных средств, которые можно быстро мобилизовать. К таким средствам относятся: средства на счетах, дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения. Соответственно ликвидность баланса низкая, т. е. организация-заемщик не способна быстро получить обязательства за счет высвобождения средств из хозяйственного оборота.

Для эффективной работы малых предприятий необходимо серьезно подходить к вопросам финансовой устойчивости, ведь она является главной характеристикой финансового состояния предприятия. В связи с особенностями малого бизнеса, предприятия имеют трудности с анализом использования финансовых ресурсов и, как следствие, с оценкой финансовой устойчивости предприятия.

Предприятиям малого бизнеса не стоит применять в своей деятельности методы крупных компаний. Необходимо выработать свои собственные методы и показатели уровня финансовой устойчивости, с учетом специфики деятельности и применительные только к ней.

Список цитированных источников

1. Толкачева, Е.Г. Экономическое содержание и значение финансовой устойчивости субъекта хозяйствования в рыночной экономике / Е.Г. Толкачева // Бухгалтерский учет и анализ. – 2008. – № 8. – С. 21-24.

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь // Национальный правовой интернет - портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/>. – Дата доступа: 14.05.2019.

УДК 346.26

Марзан А. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Драган Т. М.

ПРОБЛЕМЫ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Устойчивое социально-экономическое развитие страны во многом зависит от уровня развития малого и среднего предпринимательства. Актуальность данной темы определена значительной ролью малого и среднего бизнеса в социально-ориентированной экономике Республики Беларусь. Однако представители данного сектора экономики постоянно сталкиваются с рядом проблем в своей деятельности.

Целью исследования является изучение тенденций развития бизнес-среды для предпринимательства в Республике Беларусь и выявление ряда основных проблем и барьеров, сдерживающих развитие малого и среднего бизнеса.

Предпринимательство – самостоятельная, инициативная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица (предприятия) [1].

В Республике Беларусь любой желающий может свободно заниматься предпринимательской деятельностью с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица, а по некоторым видам, которые до недавнего времени были предпринимательской деятельностью, и без регистрации.

Согласно ст.3 Закона Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. «О поддержке малого и среднего предпринимательства» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся [1]:

- индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь;
- микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;
- малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно;
- средние организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

В отличие от крупного бизнеса, который ориентирован на массовый спрос, производство и продажу крупных партий стандартной продукции, малые и средние фирмы с успехом функционируют в небольших рыночных сегментах.

Преимущества малого и среднего бизнеса выражены намного ярче, чем недостатки. Прежде всего, преимущество данного сектора экономики состоит в том, что он довольно быстро осваивает новые виды продукции и рыночные "ниши", способствует приближению производства товаров и услуг к потребителю, развивается в отраслях, непривлекательных для крупного бизнеса.

Сектор малого и среднего бизнеса содействует быстрому созданию новых рабочих мест, благодаря чему решается проблема занятости населения.

В сфере оказания услуг занято 74 % юридических лиц МСП; 26% – в сфере производства. В сфере индивидуального предпринимательства складывается аналогичная ситуация (85,4% ИП занято в сфере оказания услуг; 14,6% – в сфере производства). Значительная доля субъектов малого предпринимательства функционирует в сфере торговли и общественного питания, промышленности, транспортной деятельности. Со средним бизнесом связано решение задач по обеспечению экономического роста и перехода на инновационный путь развития. Средние предприятия в большей степени представлены в сфере производства [2].

По данным Министерства по налогам и сборам, по состоянию на 1 января 2019 года в Республике Беларусь осуществляли деятельность более 348 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства. В их числе: почти 94 тыс. микроорганизаций, более 11 тыс. малых и более 2 тыс. средних организаций, а также свыше 241 тыс. индивидуальных предпринимателей.

В 2018 году количество организаций-субъектов МСП сократилось по сравнению с предыдущим годом на 5260 ед., в то время как число индивидуаль-

ных предпринимателей выросло на 5162 ед. В результате общее число субъектов МСП практически не изменилось, а объем платежей в бюджет от данного сектора в целом увеличился по сравнению с прошлым годом более чем на 19% и составил 6 553,4 млн руб.

Наиболее высокая доля субъектов МСП в бюджетных поступлениях регионов сложилась по итогам прошлого года в городе Минске (41,7%) и Минской области (39,4%). Более трети доходов бюджета обеспечил данный сектор в Брестской и Могилевской областях (32,1 и 32,8% соответственно), более четверти - в Витебской области (25,9%). Предприниматели Гродненщины и Гомельщины сформировали 16 - 18% бюджетных поступлений своих регионов.

На деятельность малых и средних предприятий воздействуют как внутренние, так и внешние факторы. Внешние факторы формируют среду для работы МСП, влияют на их конкурентоспособность, возможность развиваться и осваивать новые товары и рынки, поэтому они в большей степени влияют на функционирование предприятий.

Исследовательским центром ИМП был проведен опрос малого и среднего бизнеса по поводу изменений в условиях ведения предпринимательской деятельности. Результаты опроса МСП выявили рост их оптимизма относительно условий ведения бизнеса в Беларуси, что во многом является следствием макроэкономической стабилизации и улучшения динамики экономических показателей.

На основании статистических и аналитических данных можно выделить ряд основных проблем, с которыми сталкиваются в своей деятельности представители малого и среднего предпринимательства, представленные на рисунке 1 [3]:

- высокие ставки налогов;
- изменчивое законодательство (в т. ч. налоговое);
- высокие процентные ставки;
- обременительные административные процедуры (лицензии, сертификация, проверки и пр.);
- неравные условия деятельности по сравнению с государственными предприятиями.

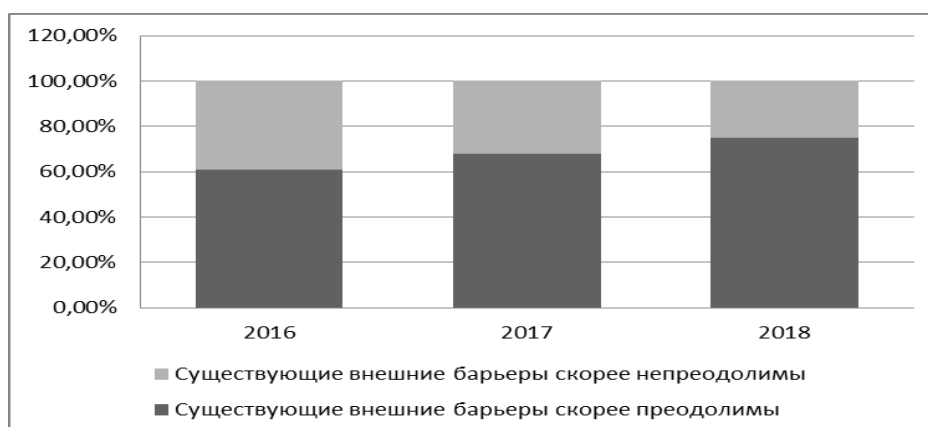


Рисунок 1 - Оценка предприятиями преодолимости внешних барьеров (% респондентов) [3]

Одной из главных проблем развития малого и среднего предпринимательства является налогообложение. Общая ставка налогов и взносов в Беларуси, согласно Докладу «Ведение бизнеса 2018», составляет 52,9% от прибыли и

намного превышает как средний показатель по Европе и Центральной Азии (33.1%), так и ОЭСР (40.1%).

Предпринимателями в качестве риска воспринимается и тот факт, что изменения законодательства или требований в краткосрочном периоде могут существенно повлиять на их деятельность, при этом у них нет времени на подготовку к подобным решениям.

Для успешного развития представители предпринимательского сообщества отмечают необходимость равных условий для государственных и частных предприятий, что возможно только при эффективном государственном управлении своими предприятиями. Также чрезмерное регулирование бизнес-среды было названо одним из факторов, препятствующих экономическому росту как в развивающихся, так и развитых странах.

К проблемам малых и средних предприятий Республики Беларусь можно также отнести недостаток финансирования. По мнению руководителей малых и средних предприятий, получение банковского кредита, прежде всего, затрудняют высокие проценты, требования по поводу залога и гарантий возврата кредита, ограниченность сроков кредитования, длительность процедуры принятия решений, отсутствие отсрочки по процентным платежам, а также обязательное требование наличия положительной кредитной истории, которую вновь создаваемые предприятия не имеют вообще.

Ряд факторов, декларируемых МСП как барьеров для развития и роста, на сегодняшний день находятся под пристальным вниманием и рассматриваются варианты их преобразования. К ним можно отнести [3]:

- отношение контролирующих органов;
- условия получения разрешений или лицензий;
- доступ к кредитным ресурсам;
- государственные закупки;
- отношение судебных органов и др.

На данный момент существующие внешние барьеры преодолимы, и они заставляют искать более эффективные бизнес-модели и перспективные рынки.

Для повышения эффективности работы предприятий необходимо также преодолеть внутренние барьеры. Основные группы внутренних барьеров: кадровый, финансовый, управленческий, маркетинговый, логистический, производственный.

Оптимизация административных процедур осуществляется в рамках Государственной программы «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» на 2016 – 2020 годы.

Целью Государственной программы является развитие малого и среднего предпринимательства как одного из факторов обеспечения стабильно высокого уровня занятости населения и экономического роста.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение таких задач как улучшение деловой среды; содействие развитию субъектов малого и среднего предпринимательства; совершенствование инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства; формирование позитивного отношения к предпринимательской инициативе граждан.

Рост доли МСП, считающих, что существующие внешние барьеры преодолимы, говорит об оптимизме представителей малого и среднего бизнеса относительно условий ведения предпринимательской деятельности в Беларуси, который с каждым годом растет. Это является следствием макроэкономической стабилизации и свидетельствует о том, что макроэкономические условия

играют очень важную роль в развитии МСП. На первый план выходят проблемы, формирующие условия предпринимательской деятельности.

В Республике Беларусь есть все условия для развития предпринимательства. Для стимулирования развития малого и среднего бизнеса государство предпринимает определенные шаги: упрощение налоговой системы, предоставление возможностей привлечения финансирования, упрощение процедур лицензирования, проведение реформ в целях динамичного и устойчивого развития предпринимательского сектора экономики.

Список цитированных источников

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь // Национальный правовой интернет - портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/>. – Дата доступа: 14.05.2019.

2. Официальная статистика // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 14.05.2019.

3. Малый и средний бизнес// Исследовательский центр ИПМ [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.research.by/>. – Дата доступа: 14.05.2019.

УДК 332.142.4

Марченко А. В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Медведева Г. Б.

РЕЦИКЛИНГ В ЛОГИСТИКЕ

Проблема утилизации отходов в настоящее время является одной из самых актуальных в мире. Промышленные отходы, возникающие в результате деятельности человека в различных отраслях промышленности, например, в горнодобывающей промышленности, металлургии, нефтедобыче, ядерной энергетике, а также в производстве большинства материалов, таких как пестициды и гербициды, химические защитные средства и растворители, краски и красители, взрывчатые вещества, резина и пластмассы, целлюлоза и бумага и др.

Рециклинг (ресайклинг) – это рационализированная система сбора и переработки компонентов твердых бытовых отходов (ТБО), имеющих потребительскую ценность [1].

Таким образом, процесс утилизации помогает перерабатывать мусор и способствует дальнейшему развитию промышленности, созданию новых товаров. В широком смысле, рециклинг включает в себя:

- утилизацию – регенерацию материалов из отходов и восстановление выброшенных продуктов;
- утилизацию – повторное использование восстановленных продуктов для первоначальной цели;
- переработку материалов – использование регенерированного материала для производства дополнительных количеств аналогичного материала;
- производство побочного продукта – использование регенерированных материалов и восстановленных продуктов для других целей.

Логистика возвратных потоков, или обратная логистика – это управление движением потоков возврата сырья, незавершенного производства, упаковки и готовой продукции из точек производства, распределения и конечного потребления с целью возврата или уничтожения стоимости [2].

Цель логистики возвратных потоков – сокращение потерь организации от обслуживания возвратных потоков при изъятии товаров из распределительной сети организации путем продажи их потребителю, их возврата поставщику или надлежащего уничтожения. Логистика обратных потоков дополняет прямые потоки в цепочках поставок и образует замкнутую систему потоков.

Объектами логистики возвратных потоков являются возвращенные товары от потребителя в связи с повреждениями, сезонные товарные запасы, излишки товаров, вторичное сырье, изъятые из продажи товары, товары с неправильной маркировкой, а также упаковка, упаковка и товароносители.

Но логистика возвратных потоков напрямую касается не только экономических проблем предприятий, но и вопросов, связанных с необходимостью учитывать проблемы общества и охраны окружающей среды (рисунок 1). Следовательно, проблему управления отходами можно решить с помощью экологической логистики, и ее направлением является переработка отходов, то есть повторное использование отходов, целями которых являются:

- уменьшение загрязнения окружающей среды;
- сокращение объемов используемых природных ресурсов.

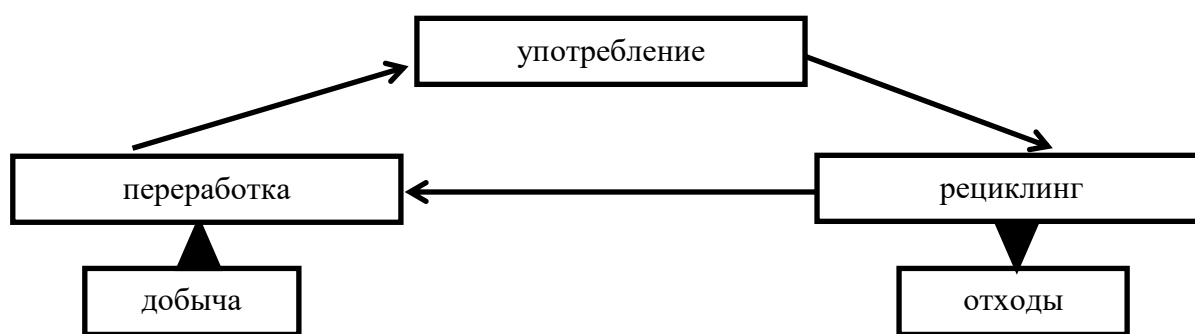


Рисунок 1 – Схема переработки сырья

Процесс рециклинга можно разделить на три сегмента:

- А – это сегмент сбора и подготовки отходов к пригодному для повторной переработки состоянию;
- В – это производственный процесс, заключающийся в преобразовании отходов на субстанцию или продукт, который как эффект процесса рециклинга содержит стоимость для конечного потребителя;
- С – это сегмент, в котором используется результат процесса рециклинга как субститут элемента, изготовленного из природного сырья.

В результате процесс переработки помогает перерабатывать мусор и способствует дальнейшему развитию промышленности, созданию новых продуктов.

Преимущества рециклинга включают в себя:

- возможность повторного использования отходов;
- производство новых продуктов из полученного сырья;
- сортировка отходов, а именно: выделение полезных компонентов путем дробления мусора и уничтожения нежелательных остатков;
- выделение энергии при сгорании.

Активными участниками процесса переработки являются производители, импортеры и торговые организации, которые поставляют обработанные продукты на рынок.

Четыре группы учреждений участвуют в физическом преобразовании отходов:

1. Фирмы, которые собирают и транспортируют отходы (такие организации включают пункты закупки вторичного сырья), ответственные за: накопление большой массы отходов с максимальной полезностью и передачу их на объекты для переработки или сортировки; предотвращают возможность хранения ценных переработанных материалов на свалках.

2. Объекты по сортировке, которые отвечают за правильную подготовку отходов, чтобы они были пригодны для переработки.

3. Предприятия по переработке отходов, которые перерабатывают отходы (в эту группу также входят производители, использующие первичное и вторичное сырье). Эти учреждения несут ответственность за надлежащее преобразование и минимизацию побочных эффектов переработки; продажа результатов процессов обработки и документирования с указанием того, что процессы были выполнены правильно и полученные продукты были завершены.

4. Свалки, которые несут ответственность за предотвращение хранения отходов на территории свалок, являющихся ценным сырьем для процесса переработки [2].

Заводы по переработке отходов работают практически во всех крупных и средних городах Республики Беларусь. Большинство станций, и их в стране 88, занимаются сортировкой бытовых отходов, собранных с использованием технологии раздельного сбора отходов.

Показатель охвата населения достаточно высок. Но все еще мало людей заинтересовано в раздельном сборе мусора. Доля пластика и стекла в контейнерах со смешанным мусором часто превышает половину. Остальная часть, пригодная для вторичного использования продуктов жизнедеятельности, вывозится на полигоны для захоронения.

В Брестской области функционируют 5 предприятий по переработке вторсырья (таблица 1).

Таблица 1 – Мусороперерабатывающие предприятия Брестской области

Наименование предприятия	Виды отходов	Населенный пункт	Оказываемые услуги
ОАО «Брестский электроламповый завод»	Лампы ртутные	г. Брест	Прием и утилизация ртутьсодержащих ламп
ЗАО «Экология 121»	Термометры ртутные. Лампы ртутные.	г. Минск, г. Витебск, Брестская обл.	Утилизация ртутьсодержащих ламп всех типов
КПУП «Брестский мусороперерабатывающий завод»	Стекло, металлолом, макулатура, смешанные коммунальные отходы	г. Брест	Обработка неметаллических отходов и лома, удаление и обработка прочих отходов, удаление и обработка сточных вод, производство электроэнергии, производство газообразного топлива
ЧПТУП "Столин-Переработка пленки"	Пленка и пластик	Столинский р-н, р.п. Речица	Прием и переработка пленки пластика в гранулы
ПВД ЧПТУП "Поли ВЕК"	Пленка и пластик	г. Кобрин	Производство вторичных гранул и производство мусорных пакетов (120л, 60л, 35л) в рулонах

Таким образом, внедрение рециклинга в национальную экономику окажет положительное влияние как на экономические, так и на экологические показатели. А создание системы переработки отходов на основе логистических принципов с использованием современных технологических достижений позволит нашей стране приблизиться к европейским стандартам ведения бизнеса.

Список цитированных источников

1. Мельников, В.П. Логистика / В.П. Мельников, А.Г. Схирладзе, А.К. Антонюк. – М.: Юрайт, 2014. – 288 с.

2 Анализ состояния современной логистики: Г.В. Савицкая. - Минск: Новое знание, 2012. – 704 с.

УДК 33.338.2

Марчук А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Будурян Т. А.

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

В настоящее время экономическое развитие, характеризующееся ведущим значением технико-технологических факторов, борьбой за потребителя и усилением конкуренции, является определяющим фактором и вынуждает хозяйствующие субъекты рассматривать вопросы, связанные с формированием и развитием стратегий их деятельности, в качестве приоритетных. В общем виде, стратегия в сфере бизнеса представляет собой детальный всесторонний комплексный план намерений организации, направленных на достижение заранее выбранных целей путем распределения ограниченных внутренних ресурсов с учетом ее позиции и изменений внешней среды [1].

Главная цель предприятия – выбор стратегической альтернативы, которая максимально повысит долгосрочную эффективность организации. Приверженность какому-либо конкретному выбору зачастую ограничивает будущую стратегию, поэтому решение должно подвергаться тщательному исследованию и оценке.

В связи с этим, актуальным становится формирование такого исследовательского инструментария, который бы дал возможность комплексно охватить проблематику, учитывал наработки наиболее продвинутых методов разработки конкурентной стратегии и имел разработанную методическую базу.

Очень трудно оценить сам процесс внедрения сбалансированной системы показателей (ССП) в организации, так как для получения объективных результатов нужны годы. За это время многое в деятельности компании меняется. Внедрение на первом этапе, то есть разработка стратегических целей для менеджмента, проходит достаточно быстро и четко, а вот продвижение дальше обрастает проблемами, так как требует большого объема подготовительной и разъяснительной работы. Причем в данном случае обязательно участие руководителя соответствующего подразделения.

Серьезной проблемой может стать непонимание целей внедрения сбалансированной системы показателей в условиях рыночной ситуации.

Выбор ключевых показателей – достаточно ответственный и неоднозначный процесс. Особенно это становится очевидным, когда происходит определение нефинансовых показателей. Финансовые показатели в компаниях отслеживаются постоянно, а вот определение нефинансовых показателей, тем

более на первом этапе, достаточно сложно, так как все неоднозначно. При оценке показателей важный момент заключается в том, чтобы расположить их по степени значимости в каждой из четырех перспектив и оставить не более пяти ключевых и наиболее важных из них по каждой перспективе.

Так, для целей управления качеством логистических услуг предлагается усовершенствовать классическую сбалансированную систему показателей и использовать следующие группы показателей: качество финансового обеспечения логистического сервиса, качество внутренних бизнес-процессов (научно-технический уровень производства и обслуживания), качество работы с контрагентами, качество персонала предприятия. В таблице 1 обобщены ССП качества логистических услуг.

Таблица 1- Сбалансированная система показателей качества логистических услуг

№ п.п	Показатель
Качество финансового обеспечения логистического сервиса	
1	Расходы на качество, тыс. руб
2	Затраты на инновации, тыс. руб.
3	Чистая прибыль от реализации логистических услуг, тыс. руб
4	Расходы на рекламу, тыс. руб.
5	Расходы на сбыт, тыс. руб.
6	Расходы на обслуживание оборудования, тыс. руб.
7	Расходы на информатизацию, тыс. руб.
8	Транспортные расходы, тыс. руб.
Качество внутренних бизнес-процессов	
9	Уровень зрелости логистических бизнес-процессов, %
10	Количество ремонтов оборудования за год, ед.
11	Уровень износа основных производственных фондов, %
12	Количество технологических инноваций, ед.
13	Количество процессных инноваций, ед.
14	Длительность производственного цикла, ч.
15	Продолжительность логистического цикла, ч.
16	Коэффициент непрерывности технологического процесса, %
17	Коэффициент механизации и автоматизации производства, %
18	Срок выполнения заказов, %
19	Уровень материалопотока, %
20	Запасы сырья и материалов, тыс. руб.
21	Запасы готовой продукции, тыс. руб.
Качество работы с контрагентами	
22	Надежность поставки сырья, %
23	Доля рынка, %
24	Объем продаж, тыс. руб.
25	Количество новых клиентов, лиц
26	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, %
27	Коэффициент ритмичности материально-технического снабжения, %
28	Количество рекламаций, ед.
Качество персонала	
29	Расходы на обучение персонала, тыс. руб
30	Количество тренингов, проводимых ед.
31	Коэффициент текучести кадров, %
32	Удельный вес вспомогательных рабочих в общей численности персонала предприятия, %
33	Коэффициент трудовой дисциплины, %

Эффективность сбалансированной системы показателей качества логистических услуг зависит от качества ее внедрения. Внедрение сбалансированной системы показателей осуществляется в четыре этапа (табл.2)

Таблица 2 - Этапы внедрения ССП в деятельность логистических компаний

Этапы	Характеристика этапов
1. Подготовка к разработке сбалансированной системы показателей	Одним из важных мероприятий является выбор перспектив. Рассмотрение различных перспектив при формировании и реализации стратегии является характерной чертой концепции сбалансированной системы показателей, а так же ее ключевым элементом. Формулировка стратегических целей, подбор показателей и разработка стратегических мероприятий по нескольким перспективам призваны обеспечить всестороннее рассмотрение деятельности компании. Некоторые организации могут быть чрезмерно ориентированы на свои бизнес-процессы и не обращают внимания на рыночные аспекты. Равноправное рассмотрение нескольких перспектив позволяет избежать такой несбалансированности.
2. Разработка сбалансированной системы показателей	Стратегические цели имеют статус ключевых и решающих целей компании. Чтобы обеспечить и спланировать процесс реализации данных целей, для каждой из них разрабатываются соответствующие показатели, по которым определяются целевые, плановые и фактические значения. Достижение разработанных целей необходимо, чтобы обеспечить реализацию стратегических мероприятий. Результат данного этапа обеспечивает единое понимание стратегии и является исходным пунктом для постоянного мониторинга внедрения стратегии. Только после информирования о ССП в организации, передачи целей на нижние уровни, создание адекватной системы планирования и отчетности и адаптации систем управления и мотивации сотрудников ССП становится концепцией менеджмента.
3. Каскадирование сбалансированной системы показателей	Каскадирования ведет к повышению качества стратегического управления во всех привлеченных организационных единицах, так как цели и стратегические меры на вышестоящих подразделениях могут быть последовательно переданы в ССП нижестоящих организационных единиц – это вертикальная интеграция целей. Тем самым повышается вероятность, что стратегические цели всего предприятия или крупных подразделений будут достигнуты. Степень подробности декомпозиции сбалансированных систем показателей «сверху вниз» зависит от размера компании и ее организационной структуры. Каждое подразделение включает в свою систему показателей только те задачи и показатели результативности корпоративной ССП, на которые оно может влиять.
4. Контроль выполнения стратегии	Если бы внедрение ССП заканчивалось разработкой стратегических целей, причинно-следственных цепочек, показателей, целевых значений и стратегических мероприятий для одной организационной единицы, это означало бы только однократное сильное фокусирование на стратегию. Чтобы обеспечить долгосрочную реализацию стратегии, сформулированной в ССП, необходимо интегрировать ССП в систему управления [2].

Основная проблема, с которой сталкиваются предприятия, решившие внедрить у себя эту методологию реализации стратегии, заключается в том, как в автоматическом режиме постоянно обеспечивать ССП свежими данными и поддерживать ее в рабочем состоянии. Существуют программы, предназначенные для решения проблем, связанных с автоматизацией внедрения ССП.

Только с завершением этапа внедрения сбалансированная система показателей действует не только как система показателей, но и как концепция менеджмента.

В силу вышесказанного можно сделать вывод, что единственным правильным вариантом поведения современного предприятия для достижения эффективного долгосрочного функционирования и успешного развития является формирование конкурентной стратегии на основе повышенного внимания осуществлению постоянного анализа внешней и внутренней среды.

Список цитированных источников

1. Шмидт, В. Сбалансированная система показателей / В. Шмидт, Р. Хервиг, Т.Фридаг. – М.: Омега-Л, 2010. – 70 с.

2. Ключевые показатели эффективности и сбалансированная система показателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://balancedscorecard.ru>. – Дата доступа: 25.03.2019.

УДК 3.394.76

Марчук А. В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Куган С. Ф.

КЛАСТЕРЫ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

Вследствие современных тенденций развития международных экономических отношений возникает необходимость структурных изменений в функционировании транспортной системы страны, которая должна быть ориентирована на усиление координации и взаимодействия различных видов сфер, удовлетворение потребностей потребителя относительно качества обслуживания, внедрение логистических принципов управления в деятельности транспортных предприятий.

Актуальной проблемой, которая встает перед транспортно-логистическим комплексом на сегодня, является завоевание прочных конкурентных позиций на мировом рынке. Существование проблемы усиливается вследствие роста конкуренции логистических корпоративных структур и интенсификации международного кооперирования.

Ориентация развития экономики Беларуси в направлении широкомасштабного внедрения рыночных отношений, стремление скорейшей интеграции в мировом пространстве, прежде всего в европейское экономическое сообщество, требует радикальных структурных изменений экономического потенциала страны и интегрированной политики повышения эффективности его использование. Интегрированная политика экономического развития предусматривает, кроме согласованного пропорционального развития отдельных отраслей и предприятий, их интеграцию в мировую геоэкономическую систему производства, распределения, торговли и потребления продукции и услуг, которые будут отвечать растущим потребностям и требованиям общества.

К основным приоритетам трансграничного сотрудничества стоит отнести взаимодополнение экономических потенциалов отдельных регионов, преодоление исторически сложившихся территориальных стереотипов и предубеждений; повышение эффективности региональных и локальных органов государственного управления; преодоление последствий периферийного положения и изоляции приграничных регионов; интенсификация экономического развития и повышение уровня жизни населения и, наконец, ускоренное включение

ние приграничных территорий в процессы европейской интеграции. Пытаясь следовать европейскому опыту, Брестская область Республики Беларусь присоединилась в рамках трансграничного сотрудничества с Республикой Польшей и Украиной к еврорегиону “Буг”. Специфика еврорегиона заключается в его транзитном положении в центре Европейского сообщества на пересечении торговых путей с достаточно хорошо развитой транспортной инфраструктурой. Через территорию еврорегиона проходят важнейшие коммуникации, соединяющие страны Западной Европы, Россию, Украину, Беларусь и Прибалтику. Здесь размещены пассажирские и товарные пограничные переходы европейского значения, развита индустрия транспортных перевозок.

Переход страны к рыночным отношениям и интеграция в мировую рыночную систему диктуют необходимость качественного и полного удовлетворения потребностей экономики республики в транспортном обслуживании на логистических принципах. Поэтому, в рамках регионального объединения рассматриваются проекты совместного использования железнодорожных и автомобильных переходов, их реконструкции и расширения, создания грузовых терминалов. А предприятия Брестской области, Люблинского воеводства и Волынской области нацелены, прежде всего, на получение единого экономического результата в логистической цепи – снижение себестоимости перевозок. Этому способствует множество факторов, среди которых важно отметить формирование рынка транспортных услуг, конкуренцию между различными видами транспорта, ужесточение требований к тарифам и качеству транспортных услуг со стороны заказчиков.

Значительное влияние на развитие транспортной политики в еврорегионе будут оказывать уровень и темпы изменения экономической активности субъектов хозяйствования в приграничных регионах стран – участниц. Брестская область при сотрудничестве с научными центрами региона должна в краткосрочной перспективе разработать программы создания региональной логистической терминальной системы, посредством которой возможно бы было регулировать и координировать сеть грузовых терминалов.

Первоочередной задачей сегодня является создание Брестского регионального логистического центра. Региональные логистические центры обычно называют “мультимедийными грузовыми терминалами”. В отличие от логистических центров фирм, это обычно крупные хорошо оснащенные предприятия, предназначенные для оказания логистических услуг другим фирмам на коммерческой основе. Такие логистические центры обычно специализируются на массовой переработке грузов и оказании сопутствующих услуг, при этом за счет массовости операций себестоимость их деятельности получается невысокой, следовательно, и тарифы на них вполне приемлемы для потребителей логистических услуг. Региональные логистические центры более перспективны, чем центры отдельных фирм, через них проходят большие объемы информации и осуществляется управление ею, оптимизация информационных потоков дает больший экономический эффект.

Принимаемые меры по развитию и совершенствованию транспорта позволят обеспечить комплекс транспортных услуг более высокого качества, увеличение транзитных грузопотоков через территорию Беларуси, а также интеграцию республики в европейскую транспортную систему. Предстоит еще большая работа по созданию надлежащих условий дорожного сервиса на всех транспортных коридорах республики, снижению времени простоя на границе, поиску источников финансирования и механизмов реализации разработанных программ и мероприятий.

Создание кластеров – одно из основных направлений развития экономики регионов Беларуси в рыночных условиях. Основной целью кластерной политики является обеспечение высоких темпов экономического роста и диверсификации экономики за счет повышения конкурентоспособности предприятий — поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, а также научно-исследовательских и образовательных учреждений. Кластеризация региона гарантирует разносторонний социально-экономический эффект: помимо создания производств она предполагает формирование всей необходимой инженерной, транспортной, социальной инновационной инфраструктуры, осуществление научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ (НИОКР) и внедрение их результатов на производстве.

Транспортно-логистический кластер (ТЛК) – это межотраслевое добровольное объединение предпринимательских структур, транспортно-логистической инфраструктуры, общественных и других организаций, специализирующихся на перевозке грузов, хранении и грузопереработке, транспортно-экспедиционном, логистическом сервисном обслуживании и управлении товароматериальными и сопутствующими потоками, тесно сотрудничающих с научными, образовательными учреждениями, органами государственной и региональной власти с целью повышения конкурентоспособности на отечественном и мировом рынке транспортно-логистических услуг [1].

При построении кластерной модели выделяют следующие структурные элементы:

1. «Ядро» – объекты, вокруг которых группируется кластер, выполняющие основной вид деятельности, позиционирующие кластер, выпускающие конечную продукцию или оказывающие услуги с учетом региональной специализации и географических преимуществ региона.

2. «Дополняющие объекты» – объекты, деятельность которых напрямую обеспечивает функционирование объектов «ядра».

3. «Обслуживающие объекты» – объекты, наличие которых обязательно, но деятельность которых напрямую не связана с функционированием объектов «ядра». К обслуживающим объектам могут быть отнесены предприятия, реализующие сервисные функции кластера, т. е. информационные, сбытовые, ремонтные и т. д. Кроме того, в состав обслуживающих объектов входит финансовый центр кластера, т. е. банковская структура, осуществляющая финансовое сопровождение деятельности предприятий кластера.

4. «Вспомогательные объекты» – объекты кластера, наличие которых желательно, но не обязательно для функционирования других объектов кластера. К ним относятся различные сервисно-консультационные предприятия, функции которых могут быть осуществлены как в рамках кластера, так и с помощью аутсорсинга. Кроме того, к данным объектам относятся различные институты финансового капитала, не входящие в состав финансового центра. Целью данных предприятий, в случае их наличия в кластере, является изыскание внутренних резервов для обеспечения непрерывности воспроизводственных процессов, достижение стратегических выгод, связанных в первую очередь с повышением мобильности развития и реализации технологического потенциала всего кластера.

Создание кластеров основано на следующих основных принципах:

- формирование единого инновационного, информационного, организационно-экономического, производственно-технологического, кадрового и нормативно-правового пространства;

- совершенствование производственных и логистических бизнес процессов и технологий на основе инноваций;

- согласование экономических интересов и принципов интегрированного взаимодействия, заключение и безоговорочное выполнение системы договоров, контрактов и субконтрактов, заключаемых участниками и партнерами кластера с компанией или группой компаний – лидеров, формирующих ядро кластера;
- формирование общей стратегии и коммерческой политики в сфере внешнеэкономической деятельности, а также при управлении и обслуживании товароматериальных и сопутствующих потоков, проходящих по МТК;
- взаимодействие с научными институтами и высшими учебными заведениями, повышение квалификации и профессионального уровня персонала;
- применение механизма государственно-частного партнерства и организация эффективного сотрудничества между коммерческими структурами и органами власти республиканского, регионального и муниципального уровня [2].

Формирование и развитие кластеров является эффективным механизмом в привлечении прямых иностранных инвестиций и активизации внешнеэкономической интеграции. Включение отечественных кластеров в глобальные цепочки стоимости позволяет существенно поднять уровень национальной технологической базы, увеличить экономический рост за счет повышения международной конкурентоспособности предприятий путем внедрения критических технологий и новейшего оборудования, получения предприятиями кластера доступа к современным методам управления, специальным знаниям, а также выхода на международные рынки.

Региональная кластерная политика способствует нейтрализации издержек узкого корпоративного подхода, она ориентирована на удовлетворение насущных нужд компаний, формирование атмосферы кооперации и конкуренции, консолидацию производственной деятельности, развитие отраслевого сервиса, регионального научно-образовательного комплекса, навыков и традиций местного сообщества. Для этого, как показывает опыт передовых развитых стран, необходимо инфраструктурное обеспечение функционирования экономики страны.

Список цитированных источников

1. Федотенков, Д.Г. Транспортно-логистические кластеры как вызов времени в социально-экономическом развитии региона [Текст] / Д.Г. Федотенков, А.А. Падалко // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.). — СПб.: Заневская площадь, 2014. — С. 270-273.
2. Прокофьева, Т.А. Логистическая инфраструктура международных транспортных коридоров. Кластерный подход к управлению функционированием и развитием. — Saarbrücken, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2015. — 128 с

УДК 657.6:339

Морозова Ж. И.

Научный руководитель: ст. преподаватель Мишкова М. П.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Развитие национальных систем бухгалтерского учета можно разделить на несколько этапов. *Вступительный* (1990–1994) характеризовался применением нормативных правовых актов, утвержденных Минфином СССР. В то же время выработывались национальные подходы к правилам бухгалтерского

учета. Методология бухгалтерского учета фактически «подстраивалась» под потребности системы налогообложения. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), строго регламентировался. *Системообразующий этап* (1995 – 1998) начался со вступления в силу законов о бухгалтерском учете. Регулирование выходит на новый уровень после введения понятия «учетная политика организации». Проявилась устойчивая тенденция к усилению фискальной функции бухгалтерского учета. *Системоразвивающий этап* (1999 – 2008) был сопряжен с необходимостью унификации законодательства Республики Беларусь и Российской Федерации после заключения Договора о создании Союзного государства. Повысилось влияние российской учетной практики на развитие бухгалтерского учета в нашей стране. В это время появляется новый вид учета – налоговый. Как следствие, снижается фискальная функция бухгалтерского учета. *Модернизирующий этап* (2009 – наше время) отличается реализацией мероприятий по внедрению МСФО на территории Республики Беларусь, закрепленных в ряде программных документов. Наша страна ратифицировала три международных соглашения, взяв обязательства унифицировать правила ведения бухгалтерского учета для участников финансового рынка. Вступили в силу новые редакции законов «О бухгалтерском учете и отчетности» и «Об аудиторской деятельности». Происходит постепенная модернизация методологии бухгалтерского учета [1, с. 25].

В настоящий момент система белорусского бухгалтерского учета становится инструментом повышения конкурентоспособности предприятий. Достижению поставленной цели способствует осуществление комплекса мер:

- отмена детальной регламентации состава затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг);
- либерализация процесса унификации учетной документации;
- введение рекомендательного принципа применения Единой тарифной сетки;
- отмена нормирования отдельных видов расходов;
- предоставление права организациям самостоятельно определять необходимость проведения переоценки основных средств, за исключением зданий, сооружений, передаточных устройств;
- отмена переоценки незавершенного строительства.

Модернизация методологии бухгалтерского учета как инструмента повышения конкурентоспособности проводилась посредством введения методик формирования «усеченной» себестоимости, создания оценочных резервов, применения принципа начисления, механизма обесценения активов, классификации доходов и расходов по видам деятельности, идентификации новых объектов бухгалтерского учета (отложенные налоговые активы, отложенные налоговые обязательства, инвестиционная недвижимость, долгосрочные активы, предназначенные для реализации).

Бухгалтерский учет наряду с аудитом, выступая инструментом осуществления независимого контроля, не заменяя другие виды учета и аудита, адресован, прежде всего, коммерческим предприятиям и организациям, интересующимся, насколько правильно и эффективно используются их стратегии на тех или иных рыночных сегментах [1, с. 25].

В предпринимательской деятельности бухгалтерский учет представляет собой комплексную систему учета организации производства и сбыта продукции, ориентированной на удовлетворение потребностей конкретных потребителей, обеспечение конкурентоспособности данных товаров и услуг и получение максимальной прибыли.

В условиях жесткой конкурентной среды является актуальным проведение руководством предприятия постоянного анализа и контроля выполнения маркетинговой программы, составленной на основе исследования и прогнозирования рынка, анализа внутреннего и внешнего состояния предприятия, разработки стратегии и тактики поведения на рынке. Каждый руководитель предприятия стремится найти те приоритетные направления своей деятельности, которые обеспечат эффективное развитие его бизнеса, а главное - конкурентоспособность продукции или услуг, покрытие расходов (особенно на первых этапах становления) и поступление стабильной прибыли. Поэтому неудивительно, что руководитель при принятии любого решения прежде заинтересуется нынешним положением предприятия, проанализирует факторы, влияющие на дальнейшую деятельность.

С этой целью в развитии бухгалтерского учета предстоит решить три основные задачи. Во-первых, необходимо введение МСФО в правовое поле Беларуси. В настоящий момент данная задача решается Совмином совместно с Нацбанком путем введения в действие МСФО на территории страны в качестве технических нормативных правовых актов, которые в соответствии с законодательством не подлежат обязательной юридической экспертизе. Результатом данной работы будет создание отдельной нормативной базы, которая необходима общественно значимым организациям для составления финансовой отчетности в соответствии с МСФО. Напомним, что согласно «Закону о бухгалтерском учете» к общественно значимым организациям относятся: открытые акционерные общества, являющиеся учредителями унитарных предприятий и (или) основными хозяйственными обществами по отношению к дочерним хозяйственным обществам; банки, небанковские кредитно-финансовые организации (далее – банки); страховые организации. Во-вторых, не менее актуальна на сегодня разработка системы национальных стандартов бухгалтерского учета и отчетности. Со вступлением в силу «Закона о бухгалтерском учете» в законодательную иерархию уже включен новый вид нормативного правового акта – «Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности» (далее – национальный стандарт). Данный шаг позволяет усилить правоустанавливающую функцию государства в отношении требований к бухгалтерской отчетности и тем самым обеспечить сопоставимость, надежность и полезность финансовой информации белорусских организаций в различных секторах экономики. В «Национальном стандарте бухгалтерского учета и отчетности», «Влияние изменений курсов иностранных валют» предусмотрено признание курсовых разниц по выраженным в иностранной валюте финансовым вложениям (за исключением финансовых вложений в уставные фонды других организаций) и непризнание курсовых разниц по выраженным в иностранной валюте авансам, предварительной оплате, задаткам. Это нововведение способствует повышению достоверности макроэкономических показателей и сокращению бюджетного финансирования содержания имущества, приобретенного за иностранную валюту. Система национальных стандартов будет формироваться на протяжении ряда лет. Отметим, что при разработке национальных стандартов положения МСФО не копируются, а адаптируются с учетом экономических условий деятельности белорусских организаций и требований национального законодательства. Третьей задачей является проведение аттестации на право получения сертификата профессионального бухгалтера. Повышение профессионального уровня специалиста по вопросам ведения бухгалтерского учета, будет способствовать выбору форм, методов и способов ведения учета направленных на оптимизацию учетной системы с целью повышения конкурентоспособности предприятия.

Вследствие введения в действие МСФО на территории Беларуси усилены требования к аудиторской деятельности [2, с. 103]. Закон об аудиторской деятельности определяет перечень субъектов хозяйствования, годовая индивидуальная и консолидированная (в случае ее составления) бухгалтерская (финансовая) отчетность которых подлежит ежегодному обязательному аудиту. Среди прочего в число таких субъектов входят банки, страховые организации, резиденты Парка высоких технологий, профессиональные участники рынка ценных бумаг. Обязательный аудит годовой финансовой отчетности, составляемой в соответствии с МСФО, может быть проведен только аудиторскими организациями, которые соответствуют следующим дополнительным требованиям: наличие на сайте информации о своей деятельности; наличие в штате не менее двух аудиторов, имеющих специальную подготовку в области МСФО. В целях усиления ответственности за качество оказываемых услуг установлен перечень грубых нарушений порядка осуществления аудиторской деятельности, являющихся основаниями для аннулирования квалификационного аттестата аудитора. Дальнейшие перспективы развития аудита во многом связаны с гармонизацией законодательства в рамках ТС и ЕАЭС. Для координации данной деятельности Евразийской экономической комиссией создана рабочая группа при Консультативном комитете по финансовым рынкам. Гармонизация законодательства будет осуществлена в соответствии с Соглашением об аудиторской деятельности на территории ТС и ЕАЭС и Дорожной картой создания единого рынка аудиторских услуг [3, с. 46]. Отметим, что все вышеперечисленное направлено на оптимизацию учета и возможность его использования как инструмента повышения конкурентоспособности предприятия любого уровня.

Таким образом, бухгалтерский учет в современном его варианте является важнейшей частью системы управления конкурентоспособностью предприятия в целом, позволяющей достичь целей, поставленных собственниками и государством с минимальными затратами. По результатам бухгалтерского учета и на основе применяемых форм и методов подвергается коррекции общая стратегия предприятий, обеспечиваются их прибыльность и долгосрочная выживаемость.

Список цитированных источников

1. Левкович, Н. П. Бухгалтерский учет : учеб.-метод. пособие / Н. П. Дробышев. – Минск : Амалфея : Мисанта, 2018. – 415 с.
2. Аудит: системный анализ и управление / К. В. Корякин [и др.]; под ред. К. В. Корякина. – 5-е изд., испр. – М. : Дашков и К°, 2017. – 302 с.
3. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 04.05.2019.

УДК 338.47.656

Муха Т. С., Калиновская Т. С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кулакова Л. О.

ПРОЕКТ ВНЕДРЕНИЯ СЕРВИСА КАРШЕРИНГА В Г. БРЕСТЕ

В Республике Беларусь автомобиль уже давно стал транспортным средством, необходимым для решения разнообразных личных и деловых задач. Поэтому отсутствие автомобиля в шаговой доступности может стать серьезной проблемой. Для решения этой проблемы в мире активно развивается индустрия каршеринга. В основу концепции развития данного вида сервиса индустрии в Республике Беларусь положены следующие социально-экономические факторы:

- выгодное геополитическое положение Республики Беларусь позволяет использовать ее потенциал для привлечения туристических потоков. На протяжении последних пяти лет средний темп прироста числа туристов, посетивших страну за один календарный год, составляет 22% [1];

- в западноевропейских странах на рынке автопроката используется около 2 млн автомобилей. То есть потенциал развития рынка автоаренды в Республике Беларусь имеет положительные перспективы;

- потребность в предоставлении автотранспорта в бизнесе демонстрирует ежегодный рост. Данный факт касается не только легкового транспорта, но также и грузового, специализированного.

Основной услугой сервиса каршеринга является предоставление в аренду автомобилей без водителя. В качестве предлагаемых для клиентов автомобилей планируется использовать два основных типа: автомобили среднего класса Renault Sandero и Renault New Logan. Базовая тарификация услуг – в расчете на 1 километр. Тарифная ставка проката равна 0,5 руб./километр. В качестве дополнительных услуг корпоративным клиентам будут предлагаться услуги по индивидуальному заказу – в частности, сопровождение различных корпоративных мероприятий, предоставление автомобилей в аренду на время командировок. Базовая тарифная ставка – 45 руб./день. В таблице 1 представлен анализ основных сильных и слабых сторон проекта, возможности и угрозы.

Таблица 1 – SWOT-анализ проекта

Сильные стороны проекта:	Слабые стороны проекта:
<ul style="list-style-type: none"> • высокий спрос на транспортные услуги; • большой выбор каналов продаж; • индивидуальный подход к корпоративным клиентам по ассортименту услуг и их объему. 	<ul style="list-style-type: none"> • нестабильный спрос на аренду; • востребованность в больших объемах продаж; • риск частого повреждения автомобилей из-за постоянной эксплуатации.

Продолжение таблицы 1

Возможности проекта:	Угрозы проекта:
<ul style="list-style-type: none"> • расширение бизнеса за счет увеличения количества автомобилей; • диверсификация предоставляемых услуг путем увеличения разнообразия предоставляемого автотранспорта; • возможность работы с корпоративными клиентами. 	<ul style="list-style-type: none"> • рост цен на автозапчасти и топливо; • повышение стоимости аренды офисного помещения и машино-мест; • снижение покупательской способности населения и корпоративного сектора; • конкуренция со стороны сервисов такси.

Стратегия маркетинга

Целевая аудитория бизнеса. Для того, чтобы проект вышел на заданную плановую прибыль, необходимо концентрировать усилия компании на удовлетворении требований основных категорий клиентов. Таковыми являются:

- клиенты, не имеющие личных автомобилей, нуждающиеся в краткосрочном передвижении по городу в связи с рабочими/личными вопросами. Таких клиентов наибольшее число в общей структуре целевой аудитории – порядка 40%;

- клиенты, имеющие личный автомобиль, но не имеющие возможности воспользоваться им в течение определенного времени. Как правило, таким клиентам интересны возможности быстрого передвижения внутри города или посуточная аренда, например с целью командировки. Доля таких клиентов в общем спросе – порядка 30%, их можно классифицировать как высокооплачиваемых специалистов, доход которых составляет не менее 1000 руб. в месяц;

- клиенты без личного автомобиля, потребность которых выражается в поездках с целью туризма, отдыха. Во многом портрет таких клиентов имеет вид

молодой семьи с 1-2 детьми, возможно туристов. Средний доход на каждого члена семьи – не менее 500 рублей. Их доля составляет 20%;

- доля корпоративных клиентов ограничена 10%, во многом потому, что клиенты данной группы предпочитают автомобили класса люкс, т. е. дорогие автомобили представительского класса, или же компании уже имеют в своем распоряжении личные автомобили.

Реклама. Основными методами и инструментами распространения рекламы услуг каршеринг-сервиса могут быть:

- создание собственного сайта, который является не только средством для бронирования автомобилей, но еще и эффективным каналом продаж, а также хорошим инструментом позиционирования компании среди клиентов, партнеров и конкурентов;

- реклама через социальные сети (Вконтакте, Instagram, Facebook), а также сетевые ресурсы прямой рассылки типа Яндекс. Директ или Google AdWords;

- реклама в СМИ;

- внешняя реклама на территории гостиниц, деловых центров, транспортных развязок, туристических фирм;

- участие в региональных бизнес-конференциях, затрагивающих вопросы региональной экономики, малого и среднего бизнеса, где можно не только непосредственно рекламировать сервис, но и повышать общую осведомленность населения об услугах каршеринга, находить прямых клиентов.

Программы стимулирования продаж и лояльности. Основными методами стимулирования продаж на данном рынке является установление доверительных отношений между сервисом и клиентами. Каждый клиент при регистрации в системе бронирования автомобилей становится членом «закрытого» каршеринг-клуба, что дает ему возможность почувствовать свою особенность, при этом повышается лояльность к компании. Кроме того, эффективным ходом будет учет предложений и замечаний клиентов. Также планируется предоставление скидок и специальных тарифов для клиентов, пользующихся услугами каршеринга на постоянной основе (не реже 1 раза в неделю).

Показатели эффективности проекта

Инвестиционные издержки на реализацию проекта составляют 91 тыс. руб. Средняя годовая чистая прибыль составляет порядка 34,9 тыс. руб.

Показатели эффективности по данному проекту представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет показателей эффективности проекта, тыс. руб.

Виды доходов и затрат, наименование показателей	Периоды (годы) реализации проекта			
	1	2	3	4
Коэффициент дисконтирования (ставка дисконтирования 11,75%), %	0,89	0,80	0,72	0,64
Чистые денежные поступления	34,9	34,9	34,9	34,9
Инвестиции	91	0	0	0
Показатели эффективности проекта				
Чистый дисконтированный доход (ЧДД)	15,56			
Срок окупаемости проекта, лет	4			
Индекс доходности (ИД), руб./руб.	1,17			
Внутренняя норма доходности (ВНД), %	19,6			

Для расчета интегральных показателей эффективности проекта принята ставка дисконтирования на уровне 11,75%.

Расчет показателей эффективности проекта осуществляется по показателям доходности от всей деятельности предприятия.

Срок окупаемости служит для определения степени рисков реализации проекта. Срок окупаемости проекта (начиная с момента осуществления инвестиций) составляет 4 года.

Чистый дисконтированный доход показывает абсолютную величину прибыли, приведенной к началу реализации проекта. Чистый дисконтированный доход за период 2019-2023 гг. составит 15,56 тыс. руб.

В отличие от чистого дисконтированного дохода индекс доходности является относительным показателем, что делает его удобным в планировании при выборе одного проекта из нескольких альтернативных. Индекс рентабельности (доходности) по данному проекту равен 1,17.

Внутренняя норма доходности (ВНД) – интегральный показатель, рассчитываемый нахождением ставки дисконтирования, при которой стоимость будущих поступлений равна стоимости инвестиций ($ЧДД = 0$).

Если инвестиционный проект реализуется за счет заемных средств, то ВНД характеризует максимальный процент, под который возможно взять кредит, чтобы успешно рассчитаться из доходов от реализации услуг. По проекту ВНД равна 19,6%. Запас прочности по данному проекту составляет 7,85%.

Выводы

Анализ показателей эффективности инвестиций позволяет сделать вывод, что при прогнозируемых объемах продаж, капитальных вложениях, ценах на готовую продукцию и производственных издержках проект является достаточно надежным и рентабельным.

Успешная реализация настоящего проекта создает благоприятные перспективы для выхода предприятия по основным показателям на безубыточный уровень, получение и увеличение в дальнейшем объемов чистой прибыли по основной деятельности.

Список цитированных источников

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/statisticheskie-izdaniya/index_9293/. – Дата доступа: 23.05.2019.

УДК 69.003

Никонович М. В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М. Т.

АНАЛИЗ РЫНКА СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Важное значение строительных услуг в национальной экономике любой страны обусловлено тем, что целью деятельности любого общества является производство материальных и нематериальных благ для удовлетворения потребностей общества. Строительство направлено на удовлетворение потребности человека в жилье как одной из первоочередных потребностей человека. Строительство также является одним из основных условий и материальной базой удовлетворения других потребностей человека и общества в целом, в частности, обеспечивая помещения для производства, хранения и сбыта продуктов питания, товаров народного потребления, услуг социального обеспечения, здравоохранения и т. д.; продукция строительной отрасли обеспечивает производство другой строительной продукции, предоставляя материальную базу в виде зданий и помещений для производства строительных материалов, которые в дальнейшем будут направлены на производство новой строительной продукции.

Строительный комплекс Республики Беларусь представляет собой совокупность отраслей и производств, ориентированных на обслуживание строительного производства и обеспечивающих его материально-техническими ресурсами, научно-исследовательскими, проектно-изыскательскими, опытно-конструкторскими работами и подготовкой кадров.

Промышленное ядро комплекса образуют промышленность строительных материалов и конструкций, а также организации стекольной и фарфорово-фаянсовой промышленности, машиностроения и металлообработки, лесной и деревообрабатывающей промышленности. Законодательно-нормативную и научно-техническую политику в отрасли осуществляет Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь.

На 1 января 2019 года в незавершенном строительстве (без учета индивидуальных застройщиков и субъектов малого предпринимательства) находилось 6,9 тыс. объектов (на 1 января 2018 г. – 6,8 тыс. объектов). При этом строительство 53,3% объектов осуществлялось с превышением нормативных сроков продолжительности строительства (без учета временно приостановленных и законсервированных). Временно приостановлено и законсервировано строительство 1 тыс. объектов. Убыточными в 2018 году в сфере строительства являлись 210 организаций, удельный вес убыточных организаций в общем количестве организаций составил 22,1%, что на 1,7 п.п. меньше уровня 2017 года.

Таким образом, в настоящий момент наблюдаются некоторые кризисные тенденции в строительной сфере республики, которая характеризуется проблемами повышения эффективности управления инвестиционными проектами, проведения конкурсных процедур, нормирования труда, организации строительных работ, ценообразования и ресурсосбережения.

Объемы подрядных работ по виду деятельности «Строительство» в Республике Беларусь и по Брестской области в 2014-2018 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Объемы подрядных работ по виду деятельности «Строительство» в Республике Беларусь и по Брестской области в 2014-2018 гг., млн BYN

Период	Объем производства	Объем экспорта	Объем импорта	Объем регионального рынка
Республика Беларусь				
2014	10 204,3	1 230,4	1 549,9	10 523,8
2015	9 501,8	1 567,6	1 572,8	9 507,0
2016	7 705,5	2 050,5	1 684,1	7 339,0
2017	8 508,1	1 734,8	1 765,7	8 539,0
2018	9 853,2	1 671,0	2 081,8	10 264,0
Брестская область				
2014	1 132,0	86,4	149,8	1 195,3
2015	919,2	68,7	13,5	864,0
2016	845,1	75,8	6,6	775,9
2017	913,2	95,0	16,4	834,6
2018	1 124,0	114,5	46,8	1 056,4

Примечание: данные приведены в соответствии со среднегодовыми курсами валют Национального банка Республики Беларусь в 2014-2018 гг.

Источник: данные Национального статистического комитета Республики Беларусь

За последние несколько лет наблюдается тенденция увеличения объемов производства подрядных работ по виду деятельности «Строительство» в целом по Республике Беларусь после длительного кризисного периода. По итогу

2018 года объем рынка подрядных работ по виду деятельности «Строительство» составил 10 264,0 млн BYN, что на 20,2% выше уровня 2017 года.

Динамика числа организаций строительства в Республике Беларусь в 2014-2018 гг. представлена на рисунке 1.

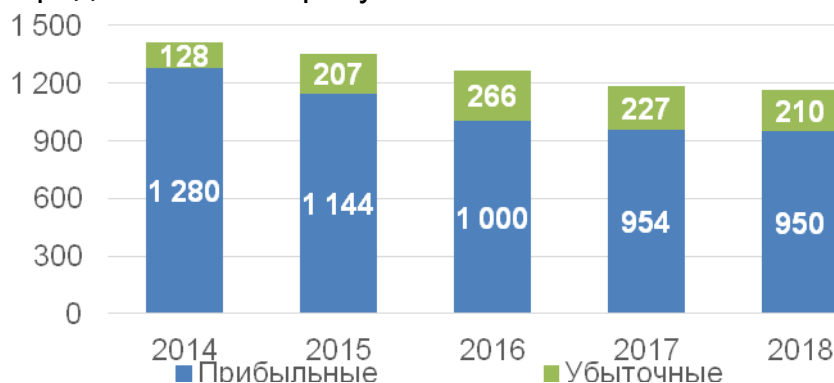


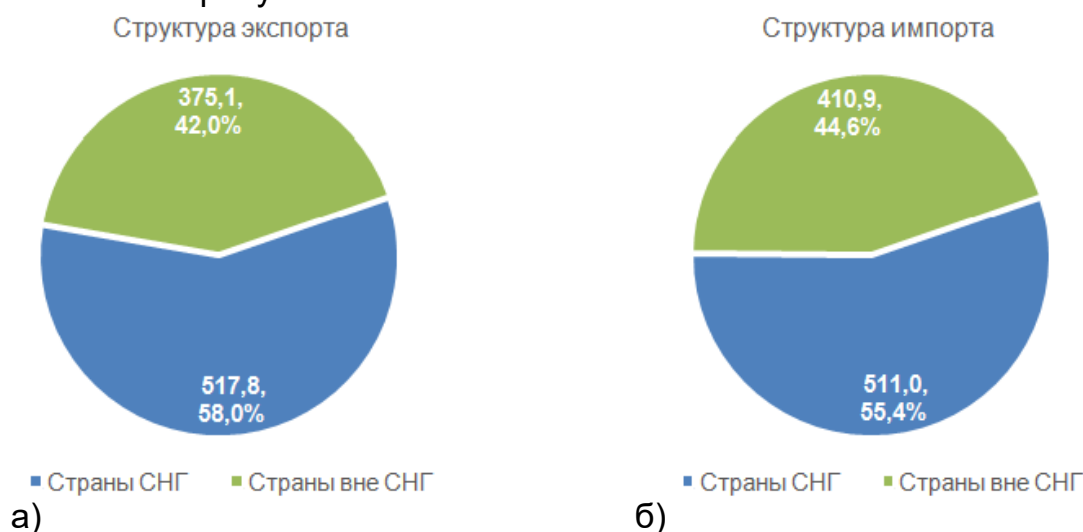
Рисунок 1 – Динамика числа организаций строительства в Республике Беларусь в 2014-2018 гг., единиц

Источник: данные Национального статистического комитета Республики Беларусь

С каждым годом число организаций, занятых на рынке строительных услуг, уменьшается. Таким образом, в целом по стране наблюдается снижение уровня конкуренции на рынке строительных услуг. В то же время организациям под воздействием негативных тенденций в сфере строительства необходимо сохранять высокий уровень конкурентоспособности для сохранения или улучшения текущих позиций.

Местный рынок в соответствии с текущим проектом представлен Брестской областью, на котором также наблюдается тенденция увеличения объемов производства подрядных работ по виду деятельности «Строительство» после длительного кризисного периода. В целом объем рынка подрядных работ по виду деятельности «Строительство» Брестской области в 2018 году составил 1 056,4 млн. BYN, что на 26,5% выше уровня 2017 года. Объем местного рынка составляет 10,3% от республиканского по данным за 2018 год.

Структура экспорта и импорта подрядных работ по виду деятельности «Строительство» в денежном выражении в разрезе регионов в 2017 году представлена на рисунке 2.



а) и импорта б) подрядных работ по виду деятельности «Строительство» в разрезе регионов, млн. USD, %

Рисунок 2 – Структура экспорта

Примечание: данные за 2018 год не актуализированы в открытых источниках информации

Объем экспорта со странами СНГ в 2017 году составил 517,8 млн USD (58,0% от общего объема экспорта), со странами вне СНГ – 375,1 млн USD (42,0%). Объем импорта подрядных работ по виду деятельности «Строительство» со странами СНГ в 2017 году составил 511,0 млн USD (55,4% от общего объема импорта), со странами вне СНГ – 410,9 млн USD (44,6%).

Список цитированных источников

1. Строительный комплекс: понятие и особенности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stud24.ru/> – Дата доступа 12.04.2019.
2. Мировой рынок строительных услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/> – Дата доступа 12.04.2019.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа 12.04.2019.

УДК 336.648

Онанчук А. И

Научный руководитель: ст. преподаватель Макарук О. Е.

АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

На современном этапе развития экономических отношений кредит выступает опорой экономики, неотъемлемым элементом экономического развития. Его используют как крупные предприятия и объединения, так и малые производственные, сельскохозяйственные и торговые структуры; как государство, так и отдельные граждане.

Увеличение масштабов накопления денежного капитала обусловило возникновение кредитного рынка. Таким образом, стало возможным дать оценку не только кредиту, как отдельной экономической категории, но и в целом экономическому пространству, где организуются кредитные отношения, т. е. кредитному рынку.

Кредитный рынок – это экономическое пространство, в котором организуются отношения, обусловленные движением свободных денег между заемщиками и кредиторами на условиях возвратности и платности. На данном рынке происходит накопление свободных денежных средств хозяйствующих субъектов, личных сбережений населения и средств государства, которые затем преобразуются в кредитные средства и перераспределяются с учетом спроса и предложения на рынке [1].

Важной особенностью кредитного рынка является тот факт, что все части рынка связаны между собой процентными ставками. При повышении процентных ставок в одном сегменте кредитного рынка растет спрос на кредит в другом сегменте. Одновременно увеличивается его предложение там, где процент выше. В результате происходит сближение процентных ставок [2]. Предложение на кредитном рынке определяется помимо процентной ставки склонностью получателей доходов к сбережению определенной их части. Спрос же определяется стремлением к приобретению большего количества потребительских благ, т. е. уровнем потребительской активности, решениями производителей увеличить выпуск за счет дополнительных капиталовложений, социально-экономическим развитием страны, уровнем безработицы, инфляции и т. д. (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика кредитного рынка Республики Беларусь, млн руб. [3]

Показатели	По состоянию на 01.01.				
	2015	2016	2017	2018	2019
1. Задолженность по кредитам, всего	31 398,9	37 777,1	35 851,0	38 762,5	44 059,6
в национальной валюте	15 429,4	16 183,3	15 761,8	19 077,7	22 721,8
в иностранной валюте	15 969,5	21 593,9	20 089,1	19 684,8	21 337,8
2. Задолженность по срокам кредитования					
1. Краткосрочные кредиты	8 483,7	10 142,1	9 010,5	10 253,7	12 343,5
в национальной валюте	3 661,0	3 572,2	3 272,2	4 023,6	5 178,4
в иностранной валюте	4 822,6	6 569,9	5 738,3	6 230,1	7 165,1
2. Долгосрочные кредиты	22 915,2	27 635,1	26 840,5	28 508,8	31 715,9
в национальной валюте	11 768,4	12 611,1	12 489,6	15 054,1	17 543,3
в иностранной валюте	11 146,8	15 024,0	14 350,8	13 454,7	14 172,6
3. Задолженность по заемщикам					
юридическим лицам	25 105,3	30 898,3	28 695,6	29 730,6	32 464,6
физическим лицам	6 293,6	6 878,8	7 155,4	9 031,9	11 595,0
4. Сумма просроченной задолженности по валюте заимствования	460,5	864,5	1 422,4	1 474,7	485,2
в национальной валюте	144,7	280,2	458,1	282,5	176,5
в иностранной валюте	315,9	584,4	964,3	1 192,2	308,7
5. Сумма просроченной задолженности по заемщикам					
юридическим лицам	415,7	814,6	1 373,7	1 430,2	452,7
физическим лицам	44,8	49,9	48,7	44,5	32,5
6. Средние процентные ставки по новым кредитам на срок до 1 года, %					
в нац. валюте юридическим лицам	40,4	33,7	19,36	11,62	11,3
в нац. валюте физическим лицам	363,	28,1	19,33	9,61	9,57
в СКВ юридическим лицам	9,7	9,4	7,36	5,23	4,28
7. Курс белорусского рубля по отношению к доллару США	1,1850	1,8569	1,9585	1,9727	2,1598

Таким образом, за 2014-2018 гг. следует отметить рост объемов кредитования с 31 398,9 млн руб. до 44 059,6 млн руб на 01.01.19 г., при этом структура кредитов, выданных в национальной и иностранной валюте, практически одинакова (рисунок 1).

Наибольший прирост задолженности по вновь выданным кредитам в целом наблюдался в 2016 г. (+20,31%). В 2018 г. этот показатель составил 13,67% по сравнению с прошлым годом. Доля кредитов в национальной валюте в 2014 г. составила 49,14%, увеличившись к 2018 г. до 51,57%

В структуре кредитного рынка наибольший удельный вес приходится на долгосрочные кредиты. Эта доля за весь анализируемый период остается практически неизменной на уровне 25-28%.

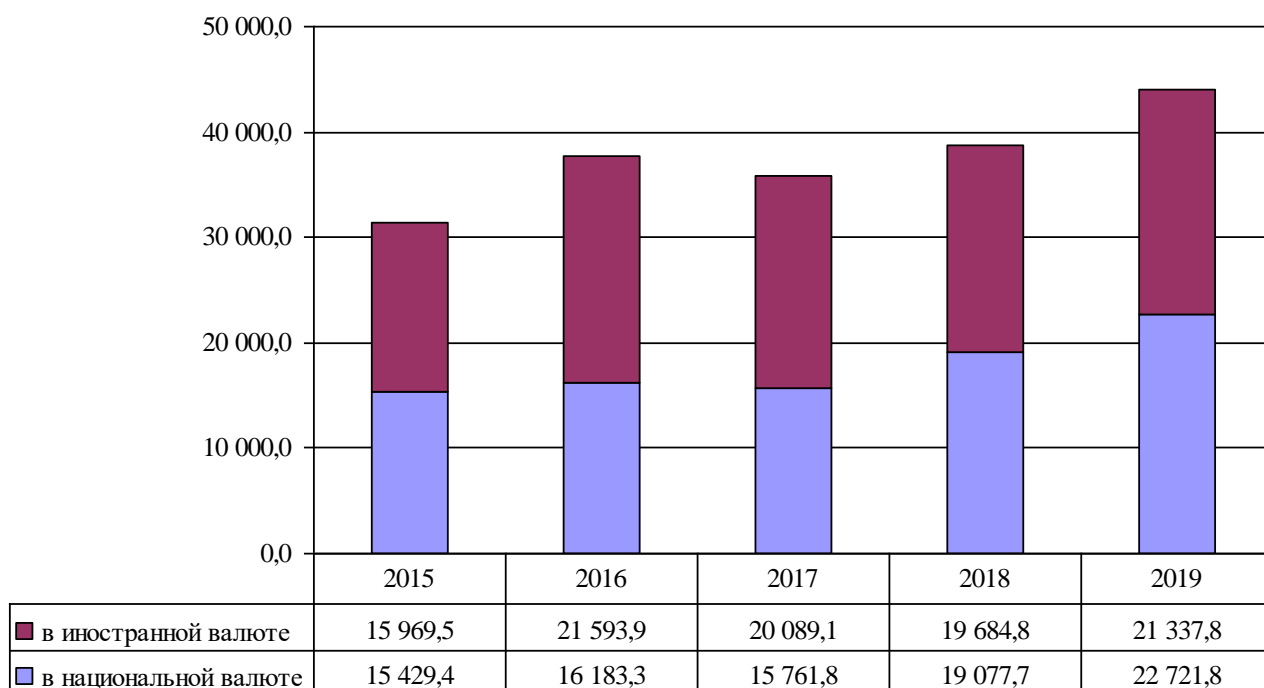


Рисунок 1 – Динамика выданных кредитов по видам валюты заимствования, млн руб. [3]

При анализе кредитного рынка по заемщикам следует отметить, что основным кредитополучателем в Республике Беларусь являются юридические лица (рисунок 2).

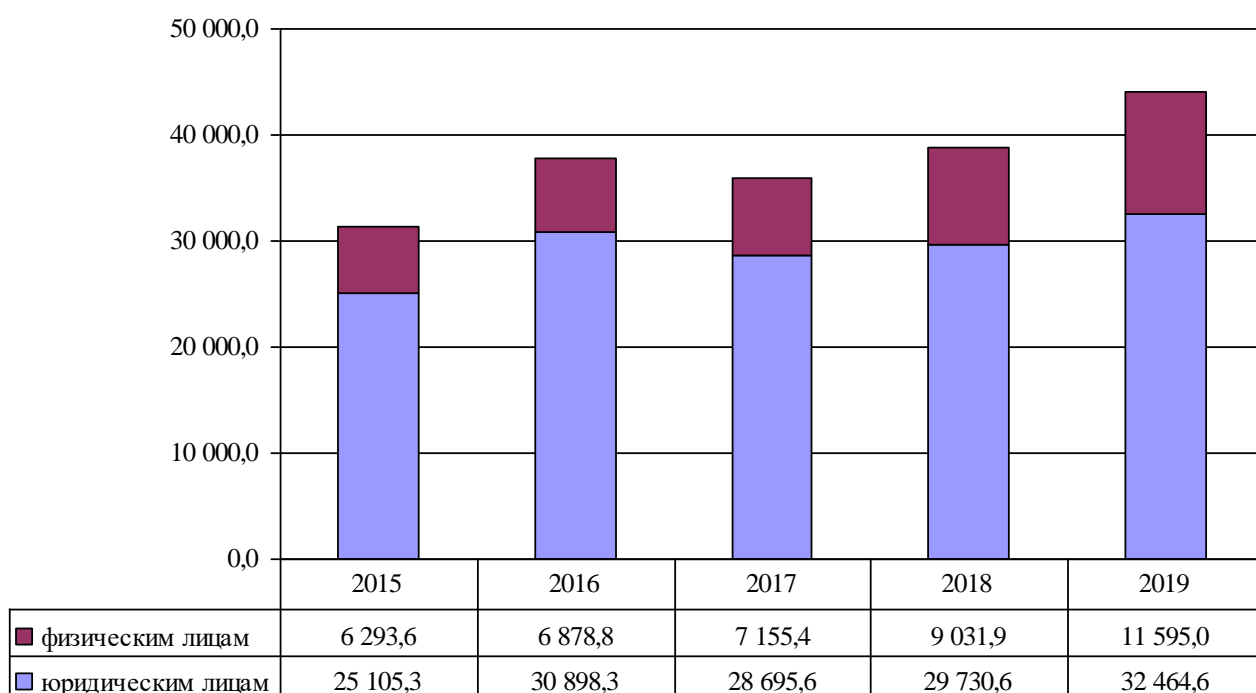


Рисунок 2 – Динамика выданных кредитов по кредитополучателям, млн руб. [3]

Как положительную характеристику кредитного рынка Республики Беларусь в 2018 г. следует отметить значительное снижение суммы просроченной и пролонгированной задолженности с 1474,7 млн руб. до 485,2 млн руб.,

в первую очередь в части задолженности юридических лиц в иностранной валюте.

Динамика средних процентных ставок по новым кредитам банков на срок до 1 года позволяет сделать вывод об ужесточении денежно-кредитной политики Национального банка и усилении инфляционных процессов в экономике (рисунок 3).

Кредитный рынок за период 2014 -2018 гг. характеризуется значительным снижением средней процентной ставки по кредитам банков, в первую очередь это вызвано снижением ставки рефинансирования, что на прямую влияет на процентную ставку по кредитам.

Анализируя функционирование кредитного рынка в Республике Беларусь, следует отметить, что в стране сложилась такая институциональная модель кредитного рынка, при которой в основном банки обеспечивают национальную экономику кредитными ресурсами и предоставляют широкий круг банковских услуг (в настоящий момент банковский сектор Беларуси включает 24 действующих банка). К 2019 году в значительной степени снижаются процентные ставки физических и юридических лиц. Чем ниже ставка, тем проще взять кредит. Более дешевые кредиты способствуют развитию экономики.

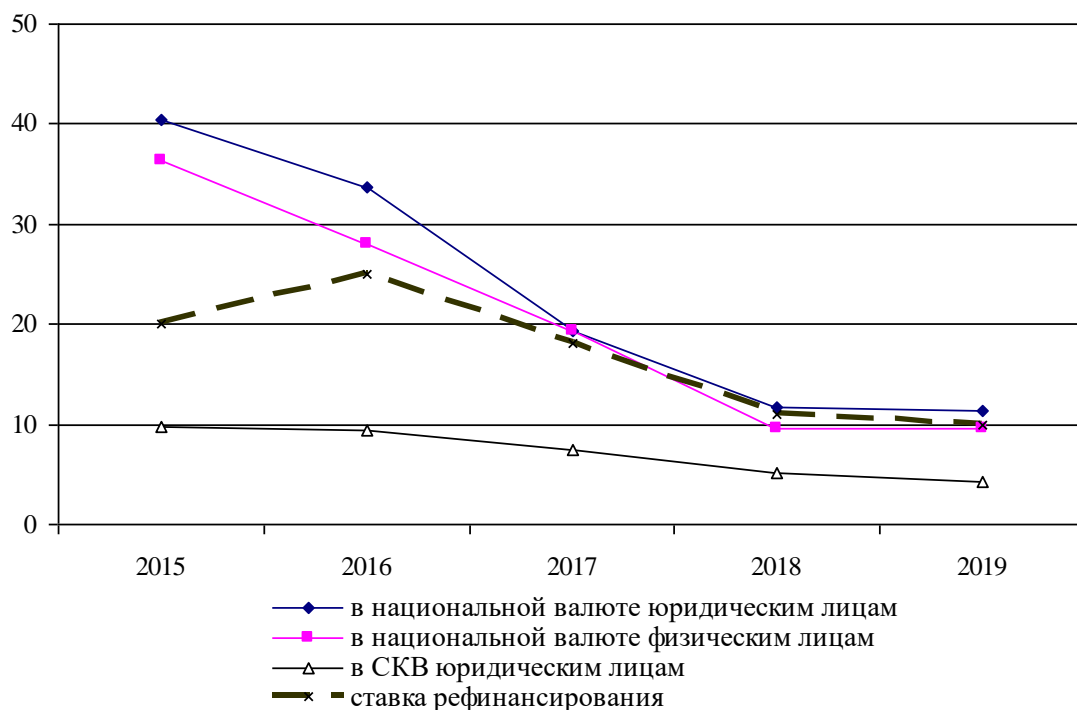


Рисунок 3 – Динамика процентных ставок по новым кредитам банков на срок до 1 года, % [3]

Список цитированных источников

1. Кредитный рынок. Операции Национального банка Республики Беларусь на кредитном рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infopedia.su/-4x8d74.html>

2. Брестская газета. На что влияет ставка рефинансирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.b-g.by/politika-i-ekonomika/ekonomika-dlya-chaynikov-razbiraemysya-so-stavkoj-refinansirovaniya/>

3. Статистический бюллетень НБ РБ № 3 (237) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/publications/bulletin/stat_bulletin_2019_03.pdf

СИСТЕМА КРЕДИТНОГО СКОРИНГА В БАНКОВСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЕ

Конкуренция в банковской среде постоянно растет, поэтому большое значение для конкурентоспособности банков приобретают такие факторы, как сокращение сроков принятия решения о предоставлении кредита, уменьшение количества предоставляемых заемщиками документов и др. Банки делают ставку на большее количество клиентов и скорость обработки их заявок, при этом заинтересованы в максимально большом проценте своевременно возвращенных кредитов.

Однако, сокращая время рассмотрения заявки, банки увеличивают риск невозврата кредита. Для повышения эффективности процесса проверки заемщиков необходима автоматизация бизнес-процессов, которая позволила бы минимизировать риски банка. Это обеспечивается наличием в банке скоринговой системы.

Скоринг – метод классификаций заемщиков для оценки кредитного риска, представляет собой математическую или статистическую модель, с помощью которой на основе кредитной истории «прошлых» клиентов банк определяет, насколько велика вероятность, что конкретный потенциальный заемщик вернет кредит в срок [1].

Основные цели использования скоринговых систем в коммерческом банке следующие:

- увеличить кредитный портфель за счет уменьшения количества необоснованных отказов по кредитным заявкам;
- повысить точность оценки заемщика;
- уменьшить уровень невозврата кредитов;
- ускорить процедуру оценки заемщика;
- создать централизованное накопление данных о заемщиках;
- снизить формируемые резервы на возможные потери по кредитным обязательствам;
- быстро и качественно оценить динамику изменений кредитного счета индивидуального заемщика и кредитного портфеля в целом.

В банковской практике использование кредитного скоринга подразделяется на два укрупненных направления, каждое из которых имеет свои характерные аспекты и особенности.

- 1) создание скоринговых моделей оценки кредитоспособности;
- 2) построение скоринговой инфраструктуры.

Если определить кредитный скоринг как разработку статистических моделей, то основные задачи, стоящие перед банком, можно сформулировать следующим образом:

- определение ключевой цели и типа скоринга, т. е. определение того, для чего конкретно будет использоваться скоринг – оценка заемщика, оценка динамики состояния счета или же определение оптимальной стратегии по уже «плохим» заемщикам;
- оценка, анализ и определение критериев: задание критериев оценки кредитоспособности и определение базовых параметров классификации заемщиков;

- выбор методов построения скоринговых моделей: исследование доступных методов создания скоринговых моделей на предмет максимальной адекватности имеющейся ситуации;

- оценка финансовой эффективности моделей: оценка и анализ общего влияния скоринговой модели на кредитный портфель в целом.

В том случае если рассматривать внедрение скоринга как задачу построения инфраструктуры, то банку необходимо будет обратить внимание на то, как реализованы следующие моменты:

- управление кредитными продуктами – задание соответствий между моделями и типами кредитных продуктов, использование для различных целей групп различных моделей оценки;

- создание стратегии принятия решений – создание правил интерпретации скорингового результата, формирование принципов стратегии принятия решения по кредитной заявке;

- мониторинг точек продаж кредитов – оценка эффективности и динамики работы в режиме реального времени, отслеживание количества «фиктивных» запросов на получение оценки, отслеживание принятых решений на основе скоринга;

- отслеживание адекватности кредитного портфеля и моделей – проверка рабочей адекватности модели на текущих заемщиках, оценка фактора субъективности в принятии решений [2].

В банковской практике выделяют следующие виды скоринга (рисунок 1):

1. По заявкам (Application-скоринг). Эта модель чаще всего используется для оценки надежности и платежеспособности клиентов. Построена она на оценивании анкеты и присвоении каждому ответу соответствующего количества баллов.

2. От мошенничества (Fraud-скоринг). Помогает вычислить потенциальных мошенников, сумевших пройти первый этап тестирования. Принципы, способы и методы тестирования на мошенничество являются коммерческой тайной каждого банка.

3. Прогноз поведения (Behavioral-скоринг). Тут проводится анализ поведения заемщика по отношению к кредиту, вероятность изменения платежеспособности. По результатам оценивания проводится корректировка максимальной суммы кредита.

4. Работа по возвратам (Collection-скоринг). Эта модель применяется к проблемным кредитам, на стадии возврата неоплаченных задолженностей. Программа помогает сформировать план мероприятий по возврату кредита: от предупреждения до передачи дела в суде или коллекторскую фирму.

5. Предпродажная оценка (Pre-Sale). Выявляет потенциальные потребности заемщика, позволяет предложить дополнительно тот или иной продукт.

6. Отклик (Response). Оценивает вероятность согласия клиента с предложенными программами кредитования.

7. Оценка истощения (Attrition). Оценка вероятности того, что клиент прекратит свои взаимоотношения с банком на данном этапе или в будущем [3].



Рисунок 1 – Виды скоринга

Внедрение скоринговых систем имеет ряд преимуществ, к которым относятся: возможность снижения издержек и минимизацию операционного риска за счет автоматизации принятия решения о выдаче кредита; сокращение времени обработки заявлений и предоставления ответа о выдаче или отказе в кредите; централизацию принятия кредитного решения и снижение влияния человеческого фактора при его принятии; выявление и предотвращение попыток мошенничества.

Недостатком скоринговых систем является то, что они оценивают кредитоспособность заемщика на основании данных о предыдущих выдачах кредита в конкретных социально-экономических условиях и условиях кредитования, в то время как предположения о возможном поведении клиентов, которым было отказано в кредите, не учитываются. Уязвимостью скоринга также заключается в том, что программа оценивает не реального клиента, а информацию, которую он о себе сообщает.

В соответствии с жесткими требованиями в сфере банковского регулирования Базель II разрабатываемая коммерческим банком модель кредитного скоринга должна удовлетворять следующим требованиям [4]:

- система должна локализовать риски: 7 категорий рейтинга для «хороших» заемщиков, 1 категория для заемщиков в дефолте;
- в системе должно быть предусмотрено централизованное хранение всей информации;
- скоринговая система должна иметь возможность эволюции по мере накопления данных: от консервативной экспертной до автоматизированной статистической;
- система должна обеспечить возможность контроля и оценки, как комплексных показателей, так и данных по каждому заемщику в любой момент времени;
- система должна обладать единой системой документирования процесса построения скоринговых моделей;
- система должна предоставлять возможность корректировки модели, как по всему портфелю, так и по высокорискованным диапазонам отдельно, с минимальной частотой в 1 раз в год.

Таким образом, использование кредитного скоринга в банковской инфраструктуре позволяет решить следующие проблемы:

1. Субъективизм. Зачастую решения, принимаемые кредитными специалистами, основаны только на интуиции и личном опыте. Качество оценки является случайной величиной, которая во многом зависит от эмоционального состояния и предпочтений эксперта.

2. Некорректность и разрозненность данных. Зачастую данные на разных участках банковской инфраструктуры собираются в совершенно разных форматах. Еще одной серьезной проблемой может стать неполное представление данных в базе. В силу несовершенства технологии сбора данных данные могут собираться фрагментарно.

3. Отсутствие системы обучения, передачи знаний и повышения квалификации. Прежде чем стать высококвалифицированным специалистом, необходимо накопить определенный уровень знаний, основанный на приобретении достаточного опыта в данной сфере.

4. Ограничение числа рассматриваемых заявок, которое обусловлено ограниченными физическими ресурсами человека, в результате этого – упущенная выгода от небольшого числа рассматриваемых заявок.

Список цитированных источников

1. Использование скоринговой модели при управлении кредитным риском [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/59/8343/>
2. Национальные особенности кредитного скоринга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.factoringpro.ru/index.php/credit-scoring-statya/407-skoring-vibor>
3. Скоринговые методы оценки платежеспособности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finzz.ru/skoringovye-modeli-ocenki-platezhesposobnosti-predpriyatiya.html>
4. Скоринговые системы оценки рисков в оценке кредитоспособности физических лиц [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=648805>

УДК 378

Остапук Т. Н.

Научный руководитель: ст. преподаватель Небелюк В. В.

ПЕРСПЕКТИВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА БЕЛОРУССКИХ ВУЗОВ

Международное сотрудничество вузов — это совместные действия субъектов по разрешению общезначимых проблем и принятию программ обмена опытом. В настоящее время актуальны научные исследования, связанные с поиском новых форм международного сотрудничества в области науки и образования с целью установления диалога и создания бизнес-коммуникаций между вузами. На сегодняшний день 27 белорусских университетов имеют иностранных партнеров за рубежом. Ежегодно несколько сотен студентов Беларуси выезжает за границу с целью обмена опытом. В свою очередь, вузы Беларуси, осуществляя экспорт образовательных услуг, принимают партнеров из-за рубежа [1].

Возможности интеграции вузов в глобальное пространство (для студентов, преподавателей и исследователей) реализуются посредством совместных программ, обмена лучшими методиками и результатами деятельности. Результаты исследования количества и направлений международных контактов белорусских вузов представлены на диаграмме – рисунок 1.

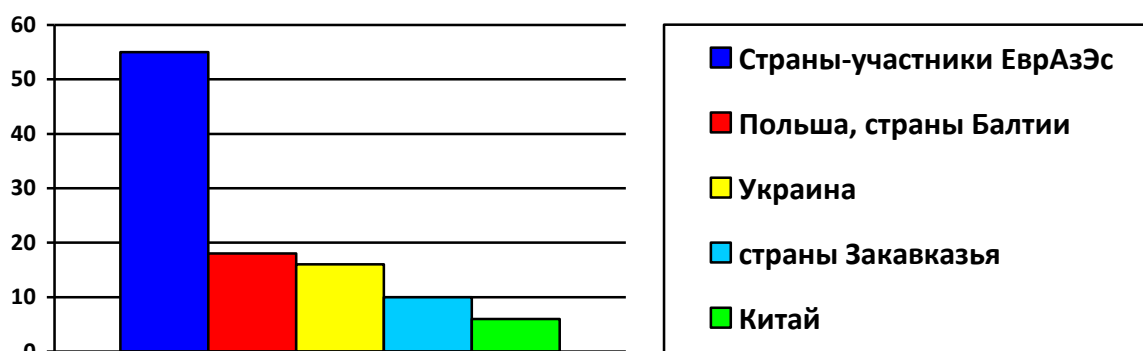


Рисунок 1 – Страны-партнеры белорусских вузов в международных проектах на начало 2018 года

Из данных диаграммы следует: основной поток партнеров формируется из бывших республик СССР, объединенных в настоящее время в ЕвразЭс [1].

Как следствие международного сотрудничества вузов формируется разнообразное мультикультурное сообщество студентов. На новых принципах развивается служба внеучебной поддержки иностранных студентов, основной задачей которой является помощь в адаптации вновь прибывающим иностранным студентам. В результате исследования установлено, что основными программами обмена студентов в Брестской области являются следующие (рисунок 2).

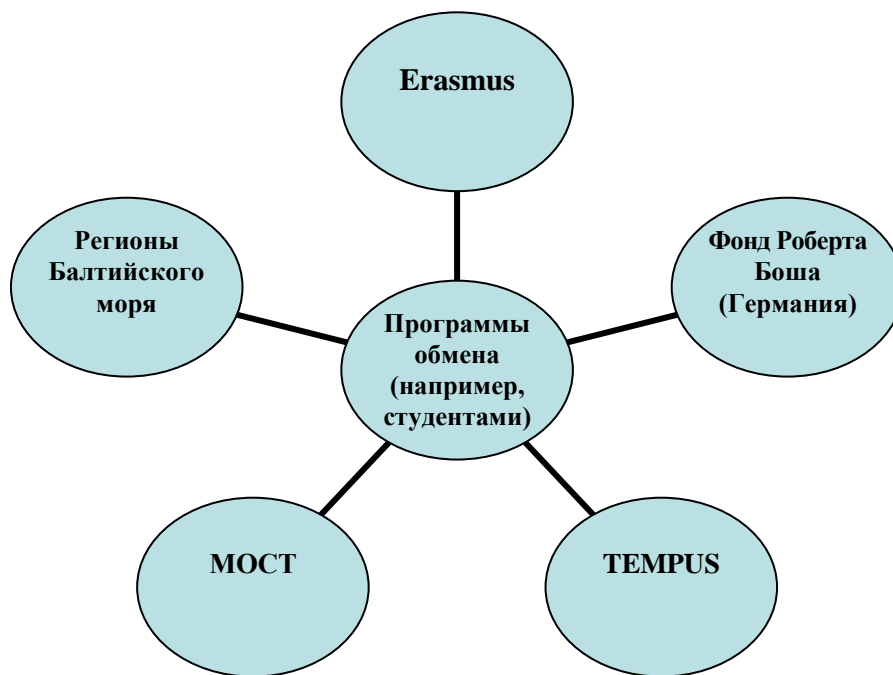


Рисунок 2 – Программы обмена студентов по Брестской области

Результаты обзора университетов Брестской области по количеству зарубежных партнеров на начало 2019 года представлены на диаграмме – рисунок 3.

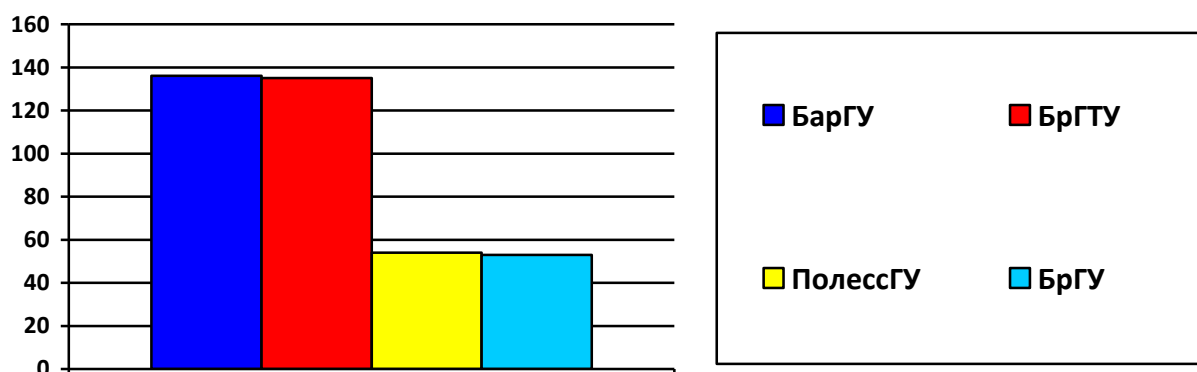


Рисунок 3 - Численность зарубежных партнеров вузов Брестской области на начало 2019 года

Как видно из диаграммы, БарГУ и БрГТУ лидируют по количеству зарубежных партнеров, а ПолессГУ и БрГУ значительно отстают [2, 3, 4, 5].

В ходе исследования были проведены опросы в виде интервью специалистов международного отдела и студентов-участников международных про-

грамм БрГТУ, что позволило сделать вывод: основными международными партнерами вуза являются Россия, Украина, Польша [3].

Стипендиальные программы для студентов и преподавателей БрГТУ представлены в следующих странах – рисунок 4.

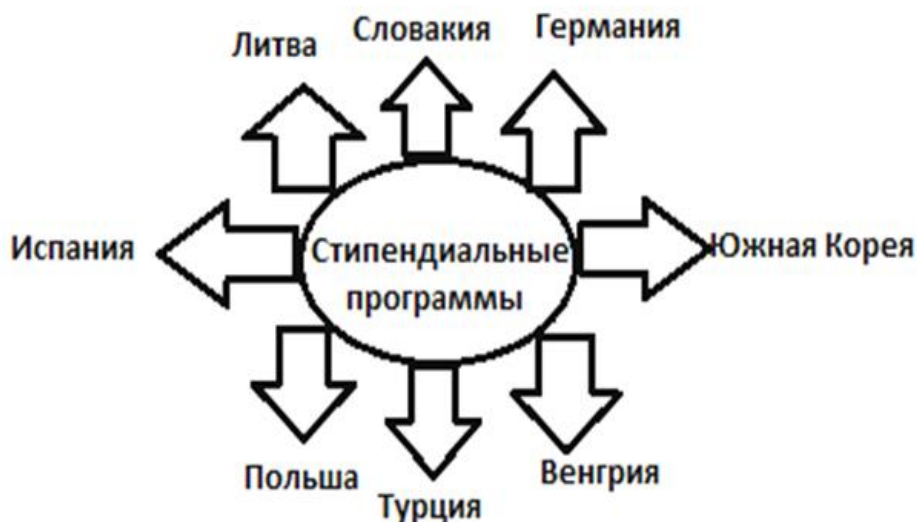


Рисунок 4 - Стипендиальные программы за рубежом

Важность интернационализации среды университета выражена в ключевых стратегиях формирования экспорта услуг БрГТУ. Университет предлагает студентам участвовать в международных проектах, где они получают новые знания, навыки, хороший опыт, становятся более самостоятельными, осваивают новые компетенции и это делает их более конкурентоспособными на рынке труда.

Согласно выполненному исследованию и представленным данным можно сделать следующие выводы: 1) ежегодно количество вузов - партнеров Республики Беларусь с зарубежными университетами увеличивается; 2) в Брестской области БарГУ и БрГТУ лидируют по количеству зарубежных партнеров; 3) в Беларуси, в целом, ситуация улучшается, и с каждым годом количество студентов, участвующих в международных программах, увеличивается, что ведет к значительной интеграции белорусских университетов в мировое образовательное пространство.

Список цитированных источников

1. Небелюк, В.В. Социально-экономические аспекты и роль вузов в развитии туристской деятельности на евразийском пространстве / В.В. Небелюк // Туризм в евразийском пространстве: реальности и новые перспективы : Материалы Евразийского научного форума (04 – 05 декабря 2014 г.), Часть II / отв. редактор М.Ю. Спирина. – С-Пб: МИЭП при МПА ЕврАзЭС, 2014. – С. 167-189.

2. <http://www.brsu.by/page/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo> - официальный сайт Брестского государственного университета имени А.С.Пушкина

3. <http://www.bstu.by/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo> - официальный сайт Брестского государственного технического университета

4. <https://www.barsu.by/international/Cooperation.php> - официальный сайт Барановичского государственного университета

5. <http://www.polessu.by/> - официальный сайт Полесского государственного университета

УДК 331.28

Острейко Н. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Чех Е. В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТАРИФНОЙ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь сделала новый серьезный шаг на пути дифференциации оплаты труда работников бюджетной сферы, приняв решение о переходе на 18-разрядную тарифную сетку и упростив структуру формирования заработной платы, что позволит принципиально поменять подход к установлению величины заработка работника-бюджетника.

Существующая до последнего времени система оплаты труда в Беларуси была сформирована в рамках социально направленной государственной политики. Соответственно она характеризуется высокой степенью вмешательства государства в установление ставок заработной платы для государственных предприятий [1].

Республика Беларусь была первым суверенным государством на территории бывшего Советского Союза, которое предприняло попытку создать единую систему оплаты труда работников всех отраслей народного хозяйства.

Заработная плата и в настоящее время, и в ближайшие годы остается для подавляющего числа трудящихся основным источником доходов, а значит, зарплата и в перспективе будет наиболее мощным стимулом повышения результативности труда и производства в целом.

В советское время изменения в системе оплаты труда производились раз в 10-15 лет, а с 1992 года по 2001 год реформа оплаты труда производилась практически ежегодно. Главным звеном реформы является единая республиканская тарифная система. Основными ее элементами являются: тарифная сетка, тарифная ставка (должностной оклад) и тарифно-квалификационный справочник.

С января 1992 года в Республике Беларусь согласно Постановлению Государственного Комитета Республики Беларусь по труду и социальной защите № 31 от 27 декабря 1991 года вступила в силу Единая тарифная сетка работников Республики Беларусь. Она содержала вначале 22-разрядную шкалу, а с марта 1992 года состояла из 28 тарифных разрядов, с 01.03.2001 и по настоящее время ЕТС работников Республики Беларусь содержит 27 тарифных разрядов и соответствующих им коэффициентов, в том числе в производственных отраслях – 23 тарифных разряда. Изменению подверглась и дифференциация на рабочие разряды и разряды для служащих, специалистов и руководителей. Если раньше к рабочим относились первые шесть разрядов, то теперь уже восемь. Увеличение числа разрядов до восьми позволяет повысить уровень тарификации труда в тех видах работ, где сложность труда превышает квалификационные требования шестого разряда.

За истекший после 1992 года период Единая тарифная сетка изменялась 9 раз и практически стала выполнять функции регулятора инфляционных процессов.

Далее сама тарифная сетка не менялась, но использовались другие механизмы воздействия на нее. После внедрения ЕТС обнаружилось, что необходимость повышения тарифных ставок для одних категорий работников сдерживается неизбежным – автоматическим и порой незаслуженным – ростом их для других. Выход из этой ситуации находили в корректировке ЕТС примени-

тельно к конкретной экономической обстановке без оглядки на какие-либо научные рекомендации. А поскольку таких ситуаций было немало, то и корректировать ЕТС приходилось довольно часто, что лишний раз свидетельствует о низкой эффективности единых тарифных сеток.

За "основу" для определения размера тарифной ставки 1 разряда принимается минимальный уровень оплаты труда, который устанавливается государством на тот или иной период времени. С 1992 года размер ставки 1-го разряда повышался 67 раз, с 1 мая 2019 года он равен 36,4 белорусских рубля [2]. Тем не менее, каждое повышение тарифной ставки 1-го разряда, обусловленное изменением цен на товары и услуги, требовало принятия соответствующих мер по социальной защите работников, и, прежде всего их низкооплачиваемых категорий. В 1993-2010 годах это осуществлялось путем введения повышающих коэффициентов к тарифным ставкам рабочих, тарифицируемых с 1-го по 8-й разряды, или установлением фиксированных для них доплат, а также увеличением межразрядных соотношений тарифных коэффициентов. Тогда как для работников, которые тарифицируются выше 8-го разряда, межразрядных соотношения неоднократно уменьшались.

Межразрядные соотношения тарифных коэффициентов, а также размер тарифной ставки 1-го разряда устанавливается Советом Министров Республики Беларусь. Построение на их основе Единой тарифной сетки и распределение работников бюджетной сферы по ее тарифным разрядам и коэффициентам производится Министерством труда и социальной защиты по согласованию с Министерством финансов с участием заинтересованных министерств и других республиканских органов государственного управления. Размеры тарифных ставок и окладов работников этих отраслей устанавливаются министерствами, государственными комитетами, исполнительными комитетами, предприятиями и организациями.

Ныне действующая тарифная сетка характеризуется относительным «затуханием» соотношений тарифных коэффициентов. Таким образом, прослеживаются явная деформация сетки и диспропорции в оплате труда в зависимости от уровня квалификации, сложности выполняемых работ.

Мировой опыт организации и стимулирования труда показывает, что разрыв в оплате труда между соседними тарифными коэффициентами должен быть не менее 10-15 % [3].

Во всех Единых тарифных сетках работников Республики Беларусь это условие выполняется лишь для 8 рабочих разрядов. Особенно растут по годам и колеблются межразрядные соотношения для 1-3 разрядов от 11% (1992 год), 25 % (1993), 30 % (1994 – 95) до 36 % (1996 – 1997), а затем падают в 1998 году до 16 % и снова увеличивается в 1999 году до 30 %, но уже лишь для 2-го разряда, а соотношение между 2 и 3 разрядами вновь равно 16 %.

Зато заинтересованность в повышении разряда у ИТР с 1993 года практически утрачена, так как межразрядный разрыв в 9 – 4 % свидетельствует об отсутствии каких-либо стимулирующих начал в системе оплаты труда.

С 01.01.2020 года в Республике Беларусь вместо действующей 27-разрядной Единой тарифной сетки работников Республики Беларусь вводится 18-разрядная тарифная сетка для определения размеров оплаты труда работников бюджетных организаций. В 18-разрядной тарифной сетке с распределением категорий работников по профессионально-квалификационным группам и диапазонам тарифных разрядов определена равномерная межразрядная дифференциация тарифных коэффициентов в среднем не менее 6%. Это опять же противоречит рекомендациям МОТ, которые говорят о 10-15 % для межраз-

рядных соотношений. И если ранее диапазон для 1 и 18 разрядов составлял 1:4,26 (МОТ рекомендует 1:5), то по прогнозам мы получим 1:2,67. Что ниже рекомендованных МОТ почти в 2 раза.

Вместо тарифной ставки 1-го разряда вводится базовая ставка, размер которой планируется приблизить к бюджету прожиточного минимума, что позволит укрепить тарифную часть заработной платы.

Известно, что БПМ показатель достаточно объективный, он рассчитывается по специальным методикам и представляет собой стоимостную величину минимального набора материальных благ и услуг, позволяющих прожить человеку. Такой подход является более серьезным и научно-обоснованным, чем опора на ставку первого разряда, значение которой определяется исключительно из конъюнктурных соображений [4].

Размер базовой ставки, как и ранее размер тарифной ставки 1-го разряда, будет определяться Правительством, как правило, с 1 января календарного года с учетом прогноза основных параметров социально-экономического развития Республики Беларусь.

В настоящее время трудовое законодательство предоставляет коммерческим организациям и индивидуальным предпринимателям право самостоятельно выбирать и устанавливать для своих работников системы оплаты труда. Несмотря на это, большинство нанимателей при формировании оплаты труда работников продолжают использовать Единую тарифную сетку работников Республики Беларусь [5, с. 269].

Список цитированных источников

1. Гламбоцкая, А. Система оплаты труда в Беларуси: законодательные ограничения и направления реформирования. // Исследовательский центр ИПМ [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.research.by/webroot/delivery/files/pdp2008r03.pdf> – Дата доступа: 15.05.2019.

2. Все о кредитовании в Беларуси. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://creditportal.by/> – Дата доступа: 17.05.19.

3. Долинина, Т. Чем плоха тарифная система? // Директор [Электронный ресурс]. – 2010. – №3 (117). – Режим доступа: <http://www.director.by/index.php/section-blog/44-3-117-2009/960-2010-03-17-11-29-19.html>. – Дата доступа: 15.05.2019.

4. Коршунов, Д. Бюджетникам станут платить по-новому, но будет это нескоро // Экономическая газета [Электронный ресурс]. – 2019. – № 4. – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/byudzhetikam-stanut-platit-po-novomu-no-budet-eto-neskoro> – Дата доступа: 15.05.2019.

5. Экономика строительства: Учебник / О. С. Голубова, Л.К. Корбун, С.В. Валицкий. – Минск: Новое знание, 2016. – 574 с.: ил.

УДК 338.47

Пелля А. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Медведева Г. Б.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВРЕМЕНИ ПОГРУЗОЧНО-РАЗГРУЗОЧНЫХ ОПЕРАЦИЙ НА СКЛАДЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРАНСПОРТНОЙ ПЕРЕВОЗКИ ГРУЗОВ

Целью данной работы является рассмотрение и оценка влияния времени простоя автотранспорта под погрузочно-разгрузочными операциями на складе на эффективность транспортной перевозки грузов и функционирование цепи поставок в целом.

Цепь поставок представим на рисунке 1 через призму последовательных логистических функций хранения и транспортировки, так как данные функции выполняются на каждом этапе продвижения материального потока от момента зарождения до конечного потребления.

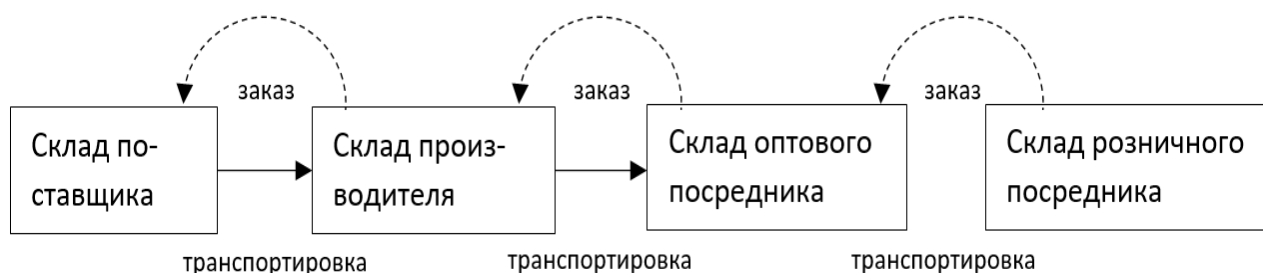


Рисунок 1 – Цепь поставок

Источник: собственная разработка

Таким образом, цепь поставок характеризуется постоянным повторением схожих затрат на схожие логистические функции на каждом этапе движения материального потока через звенья логистической системы. Такими повторяющимися функциями являются: заказ на пополнение запаса или заказ на поставку, (заказ на транспортировку), транспортировка, грузопереработка на складе, обмен информацией между смежными звеньями.

Все функции, составляющие логистическую цепь, плотно взаимосвязаны. Это можно увидеть через определение взаимосвязи между функционированием склада и транспорта как основных элементов цепи поставок.

Так, например, можно выявить взаимосвязь между временем приёма и отгрузки ТМЦ и производительностью автотранспортных средств.

Продолжительность одной ездки автомобиля (автопоезда) является суммой времени, затрачиваемого на выполнение каждого элемента транспортно-грузового процесса, и может быть записана в следующем виде:

$$T_{п.е.} = t_{п} + t_{г.х.} + t_{р} + t_{хх}, \quad (1)$$

где $T_{п.е.}$ – суммарная продолжительность одной ездки, ч, $t_{п}$ – время простоя в пункте отправления под погрузкой (время погрузки), ч, $t_{г.х.}$ – время движения гружёного автомобиля, ч, $t_{р}$ – время простоя в пункте назначения (время разгрузки), ч, $t_{хх}$ – время порожнего пробега автомобиля, ч.

Формулу (1) можно упростить, представив суммарное значение продолжительности одной ездки в виде суммы не четырёх, а двух противоположных по своему характеру элементов:

$$T_{п.е.} = t_{д.а.} + t_{п.р.}, \quad (2)$$

где $t_{д.а.}$ – общее время движения автомобиля (автопоезда), то есть время движения в гружёном состоянии и порожний пробег, ч, $t_{п.р.}$ – общее время простоя автомобиля (автопоезда) под погрузкой и разгрузкой, то есть время выполнения погрузочно-разгрузочных операций, ч.

Производительность автомобиля (автопоезда) определяется количеством перевезённого груза за определённый промежуток времени, например, за время работы на линии в течение суток (на определённом маршруте в течение одного дня), т. При этом производительность или среднесуточная выра-

ботка автомобиля (автопоезда), выраженная в тоннах перевезённого груза, зависит от его количества, перевозимого в среднем за одну езду, и от количества ездов, выполняемых автомобилем (автопоездом) за нахождение на линии в течение суток. Производительность определяется по следующей формуле

$$\Pi_A = n_{Г.Е.} \times q_A \times k_{Г}, \quad (3)$$

где Π_A – производительность, или среднесуточная выработка автомобиля (автопоезда), мЗ (т), $n_{Г.Е.}$ – число ездов с грузом, выполненных за время нахождения автомобиля на линии в течение суток, q_A – грузоподъёмность автомобиля (автопоезда), т, $k_{Г}$ – коэффициент использования грузоподъёмности автомобиля (автопоезда) [1].

Если фактически реализованная грузоподъёмность автомобиля (автопоезда) существенно не меняется, то его суточную производительность можно рассматривать как величину, прямо пропорциональную числу ездов с грузом, выполненных автомобилем (автопоездом) за время нахождения на линии в течение суток, а искомое число ездов определяется по формуле:

$$n_{К.Е.} = \frac{T_{Р.А.}}{T_{П.Е.}}, \quad (4)$$

где $T_{Р.А.}$ – продолжительность работы автомобиля (автопоезда) на линии, ч., $T_{П.Е.}$ – время, затраченное на одну езду, ч.

Следовательно, формула (3) при преобразовании примет следующий вид:

$$\Pi_A = \frac{T_{Р.А.} \times q_A \times k_{Г}}{T_{П.Е.}}, \quad (5)$$

где $T_{Р.А.}$ – продолжительность работы автомобиля (автопоезда) на линии, ч., q_A – грузоподъёмность автомобиля (автопоезда), т, $k_{Г}$ – коэффициент использования грузоподъёмности автомобиля (автопоезда), $T_{П.Е.}$ – время, затраченное на одну езду, ч.

Отсюда следует, что при неизменных $T_{Р.А.}$, q_A , $k_{Г}$ суточная производительность автомобиля (автопоезда) оказывается в обратной пропорциональной зависимости от продолжительности одной ездки $T_{П.Е.}$. Следовательно, сократив, допустим, в 2 раза время, затрачиваемое на одну езду автомобиля (автопоезда), можно вдвое увеличить его суточную производительность. Сокращение продолжительности одной ездки автомобиля (автопоезда), когда длина пути является постоянной, может быть достигнута за счёт увеличения скорости выполнения погрузочно-разгрузочных операций и сокращения общей продолжительности простоя автомобиля (автопоезда) в пунктах отправления и прибытия грузов ($t_{П.Р.}$).

Данную зависимость можно рассмотреть на примере. Пусть грузоподъёмность автомобиля составляет 20 тонн, коэффициент использования грузоподъёмности – 1. Расстояние от пункта погрузки и выгрузки, а также скорость движения автомобиля перманентны. Продолжительность работы автомобиля на линии – 8 часов. Изменяющимся фактором является время разгрузки автомобиля.

Данные расчёта представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Расчёт производительности автомобиля

Наименование параметров	Время простоя в пунктах погрузки/разгрузки, ч			
	1	0,75	0,5	0,25
Время движения автопоезда, ч/ездка	1,0	1,0	1,0	1,0
Суммарное время одной ездки, ч.	2,0	1,8	1,5	1,3
Продолжительность работы на линии, ч.	8,0	8,0	8,0	8,0
Количество ездок в сутки	4,0	4,6	5,3	6,4
Производительность в сутки, т	80,0	91,4	106,7	128,0
Рост производительности, %	100	114	117	120

Таким образом, снижение продолжительности простоя автомобиля в процессе загрузки и разгрузки автомобиля на складе с 1 часа до 15 минут, при прочих равных условиях, увеличивает производительность автомобиля в сутки на 160%.

Графически зависимость представлена на рисунке 2.

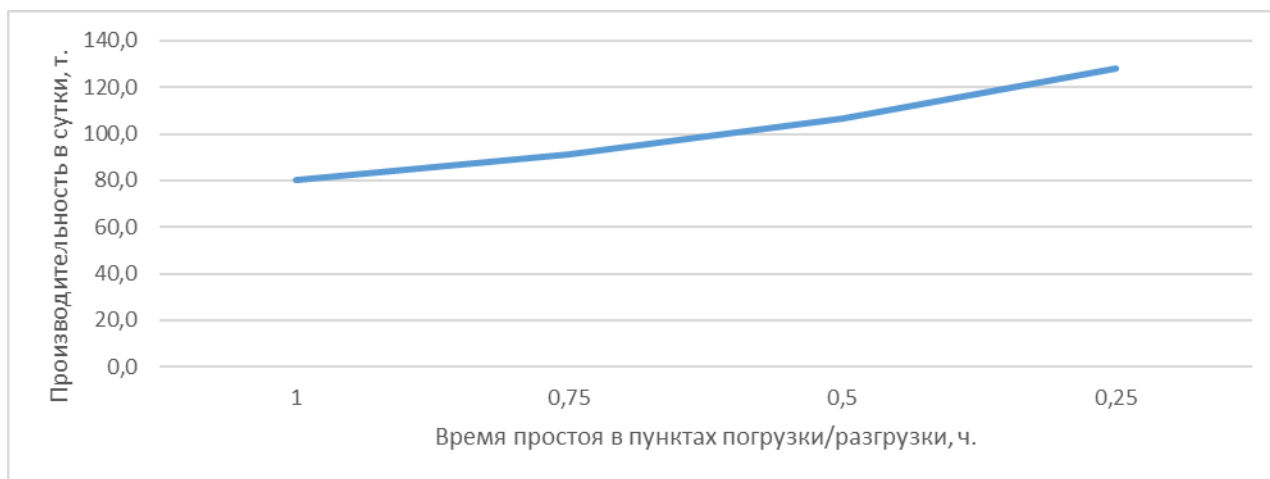


Рисунок 2 – Рост производительности автотранспорта

Источник: собственная разработка

Таким образом, очевидно, что при перманентном уровне загрузки автомобиля, расстоянии между пунктами отправки и назначения, скорости движения автомобиля, время простоя под погрузочно-разгрузочными операциями является ключевым фактором оптимизации, влияющим на эффективность работы автотранспорта. Тем не менее, следует учитывать, что данная зависимость наблюдается только в тех случаях, когда время простоя занимает значительную долю в общем времени одной ездки.

Сокращение времени простоя автомобиля в пунктах отправления и прибытия грузов тесно связано с выполнением погрузочно-разгрузочных операций более быстрыми темпами и за более короткий срок, что может быть достигнуто за счёт организации технологии производства работ в пунктах погрузки и выгрузки на основе современных информационных технологий, таких как RFID и EDI.

Список цитированных источников

1. Герасименко, Т.В. Единая транспортная система: метод. указания / Т.В. Герасименко. – Новороссийск: Государственный морской ун-т им. Адмирала Ф.Ф. Ушакова, 2009. – 23 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА: СУЩНОСТЬ И СФЕРА ПРИМЕНЕНИЯ

Целью данной работы является обоснование введения макроэкономического показателя стоимостной оценки жизни человека как интегральной величины при расчете государственных компенсационных выплат в результате наступления несчастного случая на транспорте, в производстве, в быту.

В XXI веке главным богатством государств мира являются не природные ресурсы, а люди этих стран. При этом они рассматриваются не как средство, а как цель социально-экономического развития. Поэтому крайне важной представляется стоимостная оценка жизни человека. Практическим обоснованием необходимости такой оценки является то, что она может использоваться в страховой деятельности, при определении размера государственных выплат в результате несчастных случаев и для прогнозирования расходов в социальной сфере. В научной литературе понятие «стоимость жизни» имеет различные трактовки. В посвященной уровню жизни населения монографии ее авторы пишут следующее: «Под стоимостью жизни обычно понимается стоимость совокупности предметов потребления, соответствующая определенному уровню удовлетворения потребностей населения» [1]. Как пишет Н. П. Кузнецова, стоимость жизни можно «...определять и как совокупность расходов, которые несет человек, семья или группа населения для приобретения товаров и услуг, необходимых для поддержания их жизнедеятельности и восстановления работоспособности» [2]. Исходя из данных определений можно сказать, что стоимость жизни включает в себя стоимость товаров, услуг, всех благ, исчисленных в текущих ценах, которые необходимы человеку и его семье для жизни. При этом на данный момент не существует единой методики оценки стоимости человеческой жизни.

Нужно учитывать, что при общей оценке стоимости жизни в государстве в разном возрасте происходит изменение текущей стоимости и стоимостной оценки потенциала жизни отдельного индивида в будущем. Ведь в разном возрасте у индивида происходит изменение соотношения трудового потенциала и необходимой суммы затрат на его воспроизводство. Это обусловлено тем, что при рождении человек обладает высоким уровнем трудового потенциала, но низкими затратами на воспроизводство, и наоборот, у людей старшего возраста уже низкий уровень трудового потенциала, но в течение жизни были осуществлены большие затраты на воспроизводство. Для учета данных различий, как представляется, может быть применен затратный метод расчета стоимости жизни. Суть этой методики заключается в определении затрат на рождение, образование, безопасность и физическое, психическое, профессиональное развитие личности как основы для расчета стоимости каждого индивида на каждом этапе его жизни.

В формуле 1 представлен сам алгоритм оценки стоимости жизни.

$$СЖЧ = З_1 + З_2 + (З_3 \times 36) + (З_4 \times 36) + (З_5 \times 132) + (З_6 \times 48) + (З_7 \times 12 \times 39) + (З_8 \times 12 \times 14)$$

где $CЖЧ$ – стоимость жизни человека, руб., Z_1 – пособие по беременности и родам, руб., Z_2 – единовременное пособие при рождении ребенка, руб., Z_3 – ежемесячное пособие по уходу за ребенком, руб., Z_4 – содержание в дошкольных учреждениях, руб., Z_5 – стоимость школьного обучения, руб., Z_6 – стоимость профессионального образования, руб., Z_7 – средняя номинальная начисленная заработная плата, руб., Z_8 – размер средней пенсии, руб.

При построении возрастной матрицы все население делится на шесть возрастных групп, в зависимости от их принадлежности к разным поколениям, имеющим общий опыт, схожие интересы и потребности. В таблице 1 представлено денежное выражение основных видов затрат на воспроизводство человека в Беларуси на различных этапах его жизни.

Таблица 1 – Основные показатели оценки стоимости жизни человека в Республике Беларусь в 2019 году

Наименование показателя	Единица измерения	Значение
Пособие по беременности и родам	руб.	3460,05
Единовременное пособие при рождении ребенка	руб.	2169
Ежемесячное пособие по уходу за ребенком в возрасте до 3 лет	руб. в месяц	362,46
Содержание в дошкольных учреждениях (норматив расходов на 1 воспитанника в год)	руб. в год	1170
Стоимость школьного обучения (норматив расходов на обучение 1 учащегося в год)	руб. в год	1667,92
Стоимость высшего профессионального образования	руб. в год	7168,66
Средняя номинальная начисленная заработная плата	руб. в месяц	822,8
Средняя пенсия	руб. в месяц	381,2

Проведенные расчеты, результат которых приведен в формуле 2, показали, что стоимость жизни в Республике Беларусь на 01.01.2019 г. составила:

$$CЖЧ = 1074170,73 \text{ руб. (509326,65 долл. США).}$$

Кроме того, этот показатель может являться основой для расчета текущей стоимости жизни. Применение ставки дисконтирования к данному денежному потоку позволяет определить текущую стоимость жизни для определенного возраста. Для расчета коэффициента может применяться ставка рефинансирования или индекс потребительских цен, действующий на дату оценки, с учетом возраста дожития, например до 70 лет. В формуле 3 представлена методика расчета.

$$CЖЧ_{\text{возраст}} = CЖЧ \times \left(\frac{1}{(1 + I_{\text{реф}})^n} \right),$$

где $CЖЧ_{\text{возраст}}$ – стоимость жизни человека для конкретного возраста, руб., $I_{\text{реф}}$ – ставка рефинансирования, %, n – разница между возрастом дожития и рассчитываемым возрастом.

В качестве примера вычислим стоимость жизни для человека возрастом 40 лет.

$$CЖЧ(40) = 1074170,73 \times \left(\frac{1}{(1 + 0,1)^{30}} \right) = 61559,17 \text{ руб. (29188,77 долл. США)}$$

Для наглядного представления сравним полученные значения с размером законодательно установленных выплат, уплачиваемых при несчастных случаях в различных странах. Так, в соответствии со статьей 117 Воздушного кодекса Российской Федерации, максимальный размер компенсационных выплат за возмещение вреда здоровью пассажира при воздушной перевозке составляет порядка 30600 долл. США (65000 бел. руб.). В соответствии с законом «Об ОСАГО» страховая сумма при дорожно-транспортных происшествиях равна 7300 долл. США (15400 бел. руб.) В Республике Беларусь лимит по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств составляет 10000 евро. В США Агентство по охране окружающей среды оценивало жизнь человека в 7800000 долл. США до 2008 года, а после – 6900000 долл. США [3].

На основании всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, в Беларуси используется заниженная оценка стоимости жизни. Это ведет к уменьшению роли каждого отдельного человека в государстве, к недооценке уровня экономического ущерба для страны от преждевременной смерти людей, низкому размеру компенсационных выплат в результате несчастных случаев, к низкому уровню инвестиций в развитие личности и, следовательно, в те отрасли, которые определяют его потенциал, такие как здравоохранение и образование. Данные обстоятельства снижают эффективность социальной политики государства.

Список цитированных источников

1. Жеребин, В.М. Уровень жизни населения / В.М. Жеребин, А.Н. Романов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 592 с.
2. Экономика труда: Учебно-методическое пособие / Институт труда Минтруда России (НИИ труда). – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2001. – 490 с.
3. US environmental agency lowers value of a human life // The Guardian [Electronic resource]. – 2008. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/world/2008/jul/11/usa.epa>. – Date of access: 01.05.2019.

УДК 338.2

Позняков Д. А., Семак К. Ю.

Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е. О.

СКЛАДЫ И РОБОТЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Что же такое робот и роботизация? Робот – это автоматическое устройство, которое следует по строго заданной программистом логике и совершает какие-либо операции. А роботизация – это процесс вытеснения людей с каких-либо процессов и заменой на автоматизированные и роботизированные системы.

Существует несколько навыков, которые нужны дефолтной железяке, чтобы она стала промышленным роботом:

1. Зрение и понимание происходящего. Роботам, как и нам, «мягко говоря», трудновато жить без глаз. К данным функциям относят:

- Детектирование. Алгоритм ищет объекты определенных типов;
- Трекинг. Отслеживает перемещение объекта;
- Сегментация. Позволяет попиксельно определять содержимое области;

- Глубинная оценка. Определяет нелинейные препятствия и расстояние до них с помощью «компьютерного зрения».

2. Перемещение и «обучаемое» принятие решений. Большинство современных физических роботов уже перешли от парадигмы стационарных роботов к мобильным, что характеризуется их динамическими характеристиками. Но иногда в процессе маневрирования, особенно если условия или среда функционирования могут существенно изменяться, роботу необходимо изменить траекторию и скорость движения.

- Пространственная ориентация. Позволяет определять координаты собственного месторасположения робота в, в том числе внутри каких-либо объектов;

- Принятие решений при перемещениях. Позволяет мобильному роботу принимать решения о необходимых маневрах для оптимизации траектории движения в динамическом окружении;

- Захват и манипуляции объектами. Позволяет роботу-манипулятору принимать решения о необходимых действиях, необходимых для захвата объектов различной формы.

Все вышеперечисленные функции крайне важны при настройке роботов, так как «конфликты» или «столкновения» роботов фирмам могут очень дорого обходиться.

Складская логистика – очень трудоемкий процесс как в физическом плане, так и в интеллектуальном. Несмотря на всю уместность роботизации в логистике, до недавних пор не было машин, которые не уступали бы людям в «интеллекте». Только появление ёмких и компактных аккумуляторов, быстрой беспроводной связи, продвинутых оптических датчиков, машинного обучения, искусственного интеллекта и нейросетей смогло дать толчок к развитию роботов всех типов. Можно выделить несколько основных типов роботов, используемых на складах:

1. Робот-паллетайзер, или робот-грузчик, – это специальное оборудование, которое укладывает товар на поддон.

2. Роботы-тележки – складские транспортные роботы для перемещения паллетизированных грузов. Яркий пример, конечно же, выкупленные Амазон роботы Kiva Systems. Для использования роботов Kiva требуется специальная разметка на полу помещения склада. Использование роботов позволяет ускорить складскую логистику и повысить качество условий труда рабочих. Грузовой робот Kiva с узнаваемым оранжевым корпусом внешне напоминает большой роботылесос, способный самостоятельно кататься по складскому помещению со скоростью порядка 8 км/ч, перевозя грузы до 317 кг. Вес устройства – около 145 кг, высота – 0.4 метра. Примеров тележек достаточно много, многие уже используются в России.

3. Роботы-сортировщики – незаменимы при упаковке товаров, например, в системах онлайн-торговли. В идеале они должны уметь справляться с задачей разбора предметов из кучи с их точной идентификацией.

4. Дроны. К примеру, Amazon начала использовать дроны для доставки мелких пакетов и инвентаризации склада. Дроны делают около 30 фотографий в секунду и на процесс инвентаризации склада уходит день вместо месяца ручного труда. Среднее же время доставки в распределительном центре составляет 30 минут, а её стоимость для компании – около \$1. Этот пример прекрасно иллюстрирует, зачем нужны современные технологии в логистике:

они обещают многократное повышение эффективности при снижении издержек. Время – деньги [1].

Но, кроме самой работы, на складе очень важная вещь — это доставка продукта до покупателя, так называемая проблема «последней мили», которая вовсе не развивается в странах СНГ, где автоматизация процессов отстает на 10-12 лет от западных стран. С введением роботов западные фирмы экономят около 7-12\$/час на одного сотрудника.

Говоря о роботах и складах, нельзя не упомянуть Amazon. К середине 2016-го стало понятно, насколько эти роботы на самом деле могут помочь интернет-магазину. Маленькие металлические помощники научились за 15 минут выполнять больше задач по сортировке, сбору, упаковке и отгрузке товаров, чем человек-сотрудник успевал сделать за час. Благодаря этому компания уже тогда снизила операционные расходы на 13 складах на 20% – по 22 миллиона долларов на каждый склад (тут надо учитывать, что склады у Amazon гигантские, каждый как двадцать футбольных полей). Причем преимущества роботов заключались не только в их скорости – и отсутствию требований по повышению минимальной зарплаты. Оказалось, что в помещении с ними можно экономить на отоплении. Машины не настолько требовательны к условиям работы, как люди, и холод на складе им даже приятен. Плюс, в оснащённом роботами складе на каждый квадратный метр можно потенциально вместить на 50% больше товаров – за счет уменьшения расстояния между стеллажами. Маленьким румбам для перемещения нужно гораздо меньше места, чем людям [2]. Установка таких машин на всех 110 больших складах компании позволит Amazon сэкономить примерно \$2,5 млрд. С тех пор интернет-магазин именно этим и занимался. А количество «роботизированных» складов за два года выросло в два раза.

21 век – это век смены промышленной парадигмы и приход 4-й промышленной революции. Смысл индустрии 4.0 состоит в том, чтобы присутствие человека в процессе было минимальным, и он занимался лишь настройкой и управлением роботов. Предполагается, что роботы возьмут на себя рутинную работу и рутинные операции. Это сделает производственные процессы более эффективными, исключит вероятность человеческой ошибки и поможет людям выделять время на более творческую работу.

К тому же, роботизация производства хоть и уничтожит некоторые рабочие места, но в то же самое время она создаст новые в других отраслях. К примеру, из-за снижения затрат на производство продукции, товары станут дешевле, их станут больше покупать, а это значит, что потребуется больше кадров в сфере торговли.

Скоро будут востребованы те качества, в которых еще не сильны технологии: коммуникация с людьми, сопереживание человеку, понимание его внутреннего мира, креативность и так далее. Также в мире, где будет много индивидуальных вещей, будут востребованы люди, которые помогут в них разбираться: подобрать одежду и другие предметы под образ конкретного человека, создать индивидуальный имидж и стиль. Если сегодня подобные услуги дороги и эксклюзивны, то в будущем они станут новой большой и массовой индустрией [3].

Сегодня в мировой промышленности занято около 350 млн рабочих и 1.5 млн роботов. Кроме прочего, они превосходят людей в скорости, точности работ. Иначе – они более выносливы и трудоспособны и допускают меньше ошибок и брака. А это значит, что роботизация ставится безусловным «локомотивом» развития современной экономики.

Список цитированных источников

1. Habr. Обзор алгоритмов глубокого машинного обучения для роботов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/435968/>. - Дата доступа: 22.03.2019.
2. Ain. Как роботизация изменит мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ain.ua/special/robots-vs-humans/> – Дата доступа: 22.03.2019.
3. Хайтек. Медиа про высокие технологии в России. Роботизация 2017: когда машины отберут у людей работу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hightech.fm/2017/01/08/robots-6>– Дата доступа: 22.03.2019.

УДК 338.4

Проскура Е. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Бережная Г. Г.

АРОМАМАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Для всех известно, что между запахом и памятью существует незримая связь. Воспоминания, вызванные запахом, более эмоциональны, чем обычные воспоминания, они заставляют вас почувствовать себя вернувшимся в атмосферу прошлого.

Запахи будят память – они быстрее, чем картинки и звуки, оживляют в нас воспоминания и вызывают сильные эмоции. Ярким примером может служить парфюм. Используя флакон подаренных духов, мы можем о нем благополучно забыть и не покупать себе повторно. Но если когда-нибудь мы снова услышим их запах, то наша память активируется, и в голове оживут определенные события и воспоминания, которые были в период пользования этими духами.

С силой обоняния в этом вопросе не может сравниться ни зрительное восприятие, ни слуховое. Человек запоминает 35% информации, полученной через запахи. Более того, на подсознательном уровне даже свое окружение человек выбирает по запаху. Различные ароматы могут вызвать определенные эмоции, реакции и ассоциации. На этом принципе и построен механизм ароматомаркетинга. Ароматы – это мощный и эффективный инструмент современных продаж.

Многие европейские продавцы научились устанавливать эмоциональную связь с клиентами с помощью запахов для того, чтобы заставить задержаться их подольше, побудить к спонтанным покупкам и вернуться еще не один раз. Исследования компании Aroma-profі показали, что едва уловимый запах сирени в магазинах Zara теперь привлекает к ним на 15 – 20% больше клиентов.

Ароматизация помещений появилась за рубежом более 50 лет назад, но целенаправленное применение ароматов для увеличения продаж стало актуальным к началу 2000-х. Но если в Европе ароматомаркетинг, как направление, распространен достаточно широко, то для нашего бизнеса он до сих пор остается «диковинным» [1].

В большей степени это вызвано скептическим отношением и сомнениями экспертов относительно влияния запахов на человека. В связи с этим за последние годы проводились различные исследования на базе больших торговых центров и магазинов, которые применяют ароматомаркетинг. Данные экспериментов показали, что:

- в ароматизированных магазинах клиенты охотнее покупают товары, чем в торговых точках без ароматов;
- приятный запах заставляет 80% потенциальных клиентов совершать покупки, даже если изначально они не планировали этого делать;
- если в магазине правильно подобраны ароматы, то количество посетителей таких торговых точек увеличивается минимум в два раза;
- в магазинах, которые используют аромамаркетинг, посетители проводят на 20% больше времени, чем в магазинах без ароматов, а на предприятиях торговли с приятным запахом внутри клиенты совершают на 40% больше покупок;
- сами посетители ароматизированных магазинов отмечают снижение уровня раздражительности и стресса;
- количество импульсных покупок возрастает минимум на 10%, а посещаемость ароматизированных магазинов всегда стабильно высокая.

Давайте же разберемся, как все-таки применяют запахи в коммерческих целях? Все оказывается достаточно просто – ароматизация точек продаж и мест, где проводятся промоакции. При этом речь не идет о баллончиках вроде освежителя воздуха. Гипоаллергенные ароматы в низких концентрациях распыляются с помощью специального оборудования. Это позволяет получить мельчайшие частицы жидкости, которые в 50 раз меньше капель обычного аэрозоля. Они не оседают на пол через пару минут, а остаются в воздухе, обеспечивая едва уловимый приятный запах на протяжении многих часов.

В числе ароманосителей – сувенирная продукция, полиграфия (буклеты, визитки), свечи, чистящие и косметические средства, бигборды. Отличная возможность дополнительного заработка – духи с ароматом бренда. Собственные ароматы продают, например, Zara, Massimo Dutti, LeFutur, Mango, Bershka. Парфюм сети магазинов молодежной одежды Abercrombie & Fitch так понравился покупателям, что за год компания выручила на его продаже 50 млн долл. США.

Чем пахнет Макдональдс? Правильно - ароматом свежего хлеба, который подают через трубы на улицу, где прохожие, ощутив невероятный голод, устремляются перекусить в сеть ресторанов быстрого питания. Почему таким популярным стал детский пластилин Play-Doh? Потому что он имеет приятный запах ванили. Почему так приятно находиться в крупных детских магазинах? Потому что там специально распыляют детский тальк, чтобы напомнить взрослым, как сладко пахнут новорожденные малыши. Что говорить, даже самый обычный поход в супермаркет превращается в настоящий пир для всех органов чувств. Так, например, в маленьком канадском городке Галифаксе, активно использует аромамаркетинг алкогольный магазин компании Nova Scotia Liquor. Все торговое помещение там поделено на секции по возрастным сегментам, где в каждом витает свой неповторимый аромат, подаваемый через воздухопроводы. Для молодой аудитории в отделе представлены ликеры Pucker, текила и водка, все это сопровождается приторно фруктовыми запахами. Для категории постарше предложены виски и атмосферные запахи дорогого табака. Сам аромат для каждого сегмента целевой аудитории зависит от категории алкоголя и винтажности [2].

Аромабрендинг – мощный инструмент, который формирует устойчивые эмоциональные связи с покупателями, заставляет их вновь и вновь приходить в торговые центры и покупать, покупать, покупать. До сих пор непонятно, почему продавцы мяса не используют запах шашлыка или аромат бифштекса,

когда продают замороженное мясо? Почему в кондитерских магазинах не установить открытые кухни, где шеф-повар будет готовить пирожные и раздавать пробники вместе с рецептами посетителям? В атмосферу шоппинга нужно привнести больше жизни, чтобы покупателям было увлекательно и интересно делать покупки.

Помимо ментального влияния запахов на покупателей в магазинах, ароматы руководят ими в течение всего дня. Так, уже не первый год признанный лидер косметической промышленности страны восходящего солнца концерн "Shiseido" предлагает японским корпорациям принудительное одорирование рабочих и офисных помещений для увеличения производительности труда рабочих и служащих. Утром на рабочих местах их встречает бодрящий запах лимона, который уже к десяти часам сменяется нежным цветочным ароматом, позволяющим сконцентрироваться. Послеобеденное время отмечено расслабляющим розовым амбре, а концу дня для поддержания рабочего настроения в помещения "запускают" аромат кипариса, эвкалипта и цитрусовых. Дома же образцовым служащим рекомендуется засыпать, вдыхая сандаловый запах в сочетании с древесными нотами. К полному удовлетворению руководства предприятий производительность труда увеличивается в среднем на 20%, а точность на 30%. Кроме того, резко уменьшается опасность стрессовых срывов и существенно падает психологическое напряжение.

Ниже я привела список некоторых рекомендуемых ароматов в зависимости от сфер применения и решаемых задач, составленный на основе данных российских и зарубежных компаний аромаиндустрии:

- в **офисах и бизнес-центрах** для повышения энергии и производительности труда сотрудников: грейпфрут и лемонграсс, кофе;
- в **конференц-залах** для удержания внимания к семинару длительное время, уменьшения волнения у выступающего: корица с печеньем, грейпфрут, лаванда, бергамот, мята;
- в **гостиницах** для подчеркивания респектабельности и гостеприимства заведения, создания комфортных условий пребывания, нейтрализации запахов табака, для сетевых гостиниц – поддержания бренда: **в зависимости от сезона**: весной – свежие ароматы орхидеи и цветочные композиции; летом – солнечные и легкие ароматы зеленой листвы, морского бриза; осенью – запах опавшей листвы и сена; зимой – холодные ароматы;
- в **медицинских центрах и аптеках** для снижения уровня стресса у клиентов, создания расслабляющей и доверительной атмосферы: яблоко, апельсин, ваниль, роза, сандал, персик;
- в **банках, страховых компаниях** для создания чувства надежности, доверия и безопасности: цветочные ароматы с лимонным оттенком, ель, сосна, кожа-сандал, летний луг, морской аромат с оттенками грейпфрута и мяты;
- в **салонах красоты и SPA** для создания атмосферы спокойствия и расслабления: карамель, пиноколада, земляника, иланг-иланг, корица с печеньем, зеленый чай, жасмин, морской бриз, розмарин;
- в **офисах турфирм** для усиления действия красочных буклетов о путешествиях, создания атмосферы беззаботности и отдыха: кокосовое молоко, морской бриз, тропические фрукты, горы, летний луг;
- в **магазинах одежды, белья, обуви** для стимулирования покупательского интереса за счет создания комфортных условий для покупки, подчеркивания статусности: ваниль, лимон, мята, базилик, лаванда, дикая роза (для свадебных салонов), свежая кожа (для обуви);

• в кафе, барах, ресторанах для нейтрализации неприятных запахов, возбуждения аппетита у клиентов, создания атмосферы умиротворения, для дорогих заведений - подчеркивания статусности: кофе, выпечка, орехи, вишня, мята, шоколад, ваниль, корица, белый хлеб, вино.

Определяться с основными нотками аромата следует вместе с профессионалами в области аромаиндустрии, так как они наиболее точно подберут подходящие сочетания запахов, которые смогут наиболее эффективно воздействовать на покупателей. После того как аромат выбран, его нужно опробовать. Проверить его действие можно организовав фокус-группу, или методом скрытых наблюдений в конкретных точках. Если результаты устроят, запахи смело можно внедрять в работу.

Опираясь на вышесказанное, можно сделать вывод, что аромаркетинг имеет место быть во всех сферах деятельности человека. Запахи воздействуют на нас на подсознательном уровне и активизируют мозг. Умелые продавцы с помощью ароматов могут манипулировать покупателями и, тем самым, повышать свою прибыль, снижая барьеры перед потреблением.

Список цитированных источников

1. Аромаркетинг – сладкий запах манипуляций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clubshuttle.ru/aromamarketing>. – Дата доступа: 22.03.2019.

2. Как с помощью запахов заставить покупать? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/biznes-ru/blog/18403> – Дата доступа: 22.03.2019.

УДК 339:004.738.5

Сидорович О. В.

Научный руководитель: ассистент Диковицкая Д. В.

В2С КАК ОСНОВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Глобальное распространение информационных технологий стало рычагом для трансформаций в экономике и в обществе. Самое главное составляющее этого процесса – проникновение интернета во все сферы экономики. В последнее время значительно расширился охват коммерческих отношений через интернет, в него включились такие составляющие, как:

- продажа и покупка товаров через сеть Интернет;
- перечисление денежных средств путем использования электронных сетей;
- торговля информацией в электронном виде и др.

Электронная коммерция является одним из направлений, которое развивается стремительными шагами в современной экономике. Ее рассматривают как деятельность фирмы, направленную на получение прибыли, которая основывается на цифровых технологиях и тех преимуществах, которые они предоставляют. Покупатели, вовлекаемые в новую для себя коммерческую среду, открывают определенные возможности и преимущества. Задачи, стоящие перед организациями, решаются гораздо быстрее и с наименьшими затратами с использованием возможностей информационных и коммуникационных технологий.

Вследствие этого одной из актуальных проблем на ближайшую и отдаленную перспективу являются вопросы, связанные с обработкой большого объе-

ма коммерческой информации и управления экономическими процессами с использованием новейших информационных технологий.

Сегодня электронная коммерция в Республике Беларусь - это довольно перспективное направление предпринимательской деятельности, которая усиленно развивается и все больше внедряется в нашу повседневную жизнь. С уверенностью можно определить, что развитие электронной коммерции и увеличение ее объемов сопровождается рядом положительных эффектов для национальной экономики.

Business to customer (бизнес для потребителя) [1] - сокращенно B2C. Как следует из названия, в этом случае электронная коммерция направлена на конечного потребителя - физическое лицо. Электронная коммерция в этом направлении дает ряд существенных преимуществ, как потребителю, так и продавцу.

Для потребителей электронный бизнес позволил иметь равный доступ к товарам и услугам независимо от региона проживания. Это особенно верно в отношении услуг, поскольку необходимость доставки товара все равно создает неравные условия для потребителей из разных регионов, в то время как различие в предоставлении электронных услуг жителям столицы или отдаленного региона не существует абсолютно. Что касается поставщика, электронная коммерция – это, прежде всего, возможность сократить количество посредников между компанией и конечным потребителем, а чаще всего и вообще шанс отказаться от ритейлеров и таким образом увеличить свою прибыль.

К направлению B2C относятся следующие виды электронной коммерции: интернет-магазины, банковское обслуживание физических лиц через интернет, интернет аукционы, платное онлайн-обучение, платное размещение объявлений в интернете, торговля на интернет-биржах.

Сегодня в интернете совершают онлайн-покупки около трети белорусов [2]. Но делают это менее регулярно, чем в магазинах с прилавками и витринами. Так, доля интернет-торговли в розничном товарообороте достигает всего 2,8%.

С одной стороны 2,8% — это немного. С другой стороны, в 2016 году доля интернет-торговли была почти вдвое ниже — 1,6%. А сейчас онлайн-шопинг в Беларуси расширяется быстро, причем это касается как количества игроков, так и числа покупателей.

Рынок розничной торговли растет со скоростью примерно 12% в год, а электронной — 17%. Это опережение позволяет электронной торговле с каждым годом увеличивать свою долю в товарообороте.

Спрос «подогревает» предложение: число интернет-магазинов в Беларуси растет. Только с начала этого года их стало больше примерно на 15%. В 2019 году Беларусь может достичь рекордной отметки в 20 тыс. интернет-магазинов. Лидером останется Минск, но и регионы не отстают.

Обычно белорусы совершают онлайн-покупки в местных интернет-магазинах: в Беларуси осуществляют покупки 90% из тех, кто вообще покупает что-то онлайн. Развитие белорусских интернет-магазинов стимулирует и таможенное преимущество — ограничение для покупателей на беспошлинный ввоз товаров из-за рубежа. На втором месте – интернет-магазины Китая, там совершают покупки 74% белорусских интернет-покупателей. За ними следуют интернет-магазины США, России и Польши: за последний год в них покупали 5, 3 и 3% интернет-покупателей соответственно.

17% онлайн-покупателей отметили, что совершили покупку, увидев рекламу в соцсетях. Если рассматривать соцсети как отдельный канал продаж (по

закону в них можно только рекламировать, а не продавать товары), то он займет третье место по популярности, уступив только белорусским и китайским интернет-площадкам.

На одну покупку в интернете белорусы тратят в среднем 50 руб. В различных категориях товаров эта сумма различна: средний чек на технику и электронику равен 100 руб., мебель и товары для дома – 90 руб, одежду, обувь и аксессуары – 40 руб., товары для детей – 30 руб.

За прошедший год средний чек на одну покупку в интернете снизился на 8 руб. Это связано с тем, что ассортимент в онлайн-магазинах расширяется более дешевыми товарами, особенно на китайских сайтах.

Самыми популярными интернет-магазинами в Республики Беларусь являются [3]:

- OZ.by
- E-dostavka.by
- 5element.by
- 21vek.by
- lamoda.by
- 24shop.by
- Ultra.by
- novatek.by
- kit.by и др.

За последний год количество заказов через мобильные устройства превысило количество заказов через компьютеры. Сегодня, при оформлении заказов в интернет-магазинах белорусы в 40% случаях пользуются мобильными приложениями (+ 16% по сравнению с прошлым годом). 35% заказов обрабатываются через сайты на ПК (- 19% по сравнению с прошлым годом) и 24% – через веб-сайты на мобильных устройствах (+2%).

Растущая популярность мобильных приложений связана с ростом популярности крупных торговых площадок и интернет-магазинов, таких как AliExpress.com, Joom.com и Wildberries.by.

Таким образом, электронная торговля является перспективной отраслью и имеет большой потенциал для роста [4]. Основными направлениями ее регулирования и развития на современном этапе должны быть:

- либерализация ведения бизнеса в интернет-среде. Так, около 20% индивидуальных предпринимателей и компаний покинули интернет-бизнес, другая часть бизнеса перестала торговать по образцам онлайн, оставив только информационные страницы в интернете. Изменения в налоговом законодательстве, которые произошли в 2016 году, вынудили онлайн-предпринимателей переходить с упрощенной на общую систему налогообложения. Что связано с увеличением как финансовой, так и документальной нагрузкой. Кроме того, жесткие требования системы Единого Расчетного и Информационного Пространства (ЕРИП) также накладывают ряд ограничений на деятельность интернет-магазинов;

- развитие коммерческих курьерских служб. Интернет-магазины не должны заниматься доставкой самостоятельно. Для этого нужно сформировать отдельный рынок с компаниями, для которых доставка является основной бизнесом. Это ощутимо расширит потенциал торговли в интернете для малого бизнеса и ремесленников;

- создание специализированных центров, которые возьмут на себя часть организационной работы по приему, хранению и доставке товаров покупателям. Это особенно важно для малого бизнеса, поскольку отсутствие опыта и

финансовых возможностей для самостоятельной организации всех бизнес-процессов часто становится одной из проблем дальнейшего роста бизнеса;

- содействие развитию систем электронных платежей и интернет-банкинга.

Важной особенностью белорусского рынка электронной коммерции является большая роль наличных денег. Более половины покупателей предпочитают оплачивать покупки наличными, что является препятствием в развитии электронной коммерции;

- стимулирование разработки онлайн-приложений для бизнеса. В Беларуси 44% посетителей «заходят» в интернет-магазины с мобильных телефонов, а 27% – покупают с помощью мобильного устройства. Привычные схемы, работающие на сайтах и в традиционных онлайн-магазинах, к сожалению, неприменимы в мобильной сфере. В этом и заключается необходимость использования приложений для маркетинга, брендинга и повышения продаж.

Список цитированных источников

1. Направления электронной коммерции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studwood.ru>. – Дата доступа: 29.04.2019.

2. Перспективы развития e-commerce в Беларуси по версии компании «1С-Битрикс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belretail.by> – Дата доступа: 29.04.2019.

3. E-commerce в Беларуси, январь 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inforpolicy.biz>– Дата доступа: 29.04.2019.

4. Электронная коммерция в Республике Беларусь: основные тенденции и проблемы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ictsd.org>– Дата доступа: 29.04.2019.

УДК 339:004.738.5

Скок К. С., Чечко В. В.

Научный руководитель: ассистент Диковицкая Д. В.

НОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ. ПРОБЛЕМА ПЕРЕСЕЧЕНИЯ ГРАНИЦЫ

Беларусь является важнейшей транспортной артерией евразийского пространства. Ежегодно через страну проходит более 100 миллионов тонн европейских грузов, из которых около 90% приходится на Россию и Европейский союз. В то же время республика полностью обеспечивает эффективность и безопасность транзита. Транспортные услуги предоставляются железнодорожным, автомобильным, воздушным, речным и трубопроводным видами транспорта.

Инициатива по созданию глобальной транспортной и инвестиционной инфраструктуры «Один пояс - один путь», объединяющая два проекта - Экономический пояс Шелкового пути и Морской Шелковый путь XXI века, была запущена в 2013 году. Первый из этих проектов, рассчитанный на 30 лет, предполагает формирование единого евразийского торгово-экономического пространства и трансконтинентального транспортного коридора. Проект предполагает расширение таможенного и финансового сотрудничества, создание финансовых институтов при различных региональных организациях.

Новый Шелковый путь свяжет 64 страны, на которые приходится 29% мирового ВВП и 63% жителей мира. К началу 2020-х годов Китай намерен импортировать иностранные товары на сумму более 10 триллионов долларов и

инвестировать более 500 миллиардов долларов за рубежом. Запланировано более 900 проектов.

Географическое положение Беларуси благоприятно для развития логистических центров на пути товаров между Европой и Азией. В рамках проекта «Новый Шелковый путь» Китай считает Беларусь ключевой платформой. Экономический потенциал Беларуси изучался в Академии общественных наук Китая, и, по их меркам, Беларусь является идеальной платформой для инвестиций по трем причинам: выгодное географическое положение, хороший бизнес-климат и профессиональные кадры.

Маршрут по Древнему Шелковому пути в основном использовался для транспортировки грузов. Современный Экономический Пояс Шелкового пути охватывает более широкий круг вопросов сотрудничества в различных областях: энергетика, торговля, культура, политика, безопасность [1].

Одной из важных проблем проекта Нового Шелкового пути является проблема пересечения границы. Задержки на границе являются основной причиной продления времени в пути, многие сходятся во мнении, что пересечение границы Малашевичи-Брест является главным узким местом, через который проходят почти все маршруты, соединяющие Китай и ЕС.

Пограничные пункты не успевают пропускать поток китайских товаров. Грузовые поезда из КНР простаивают на границе Беларуси по 5-6 суток, и Польша не спешит расширять «узкие места».

Поток китайских товаров, идущих по «Шелковому пути» в страны Евросоюза, к 2020 году может возрасти втрое, до 500 тысяч TEU.

В то же время внутренние железнодорожные сети стран Евразийского союза (Россия, Казахстан, Беларусь) и Китая, их пропускные и провозные способности полностью удовлетворяют текущие потребности международного транзита.

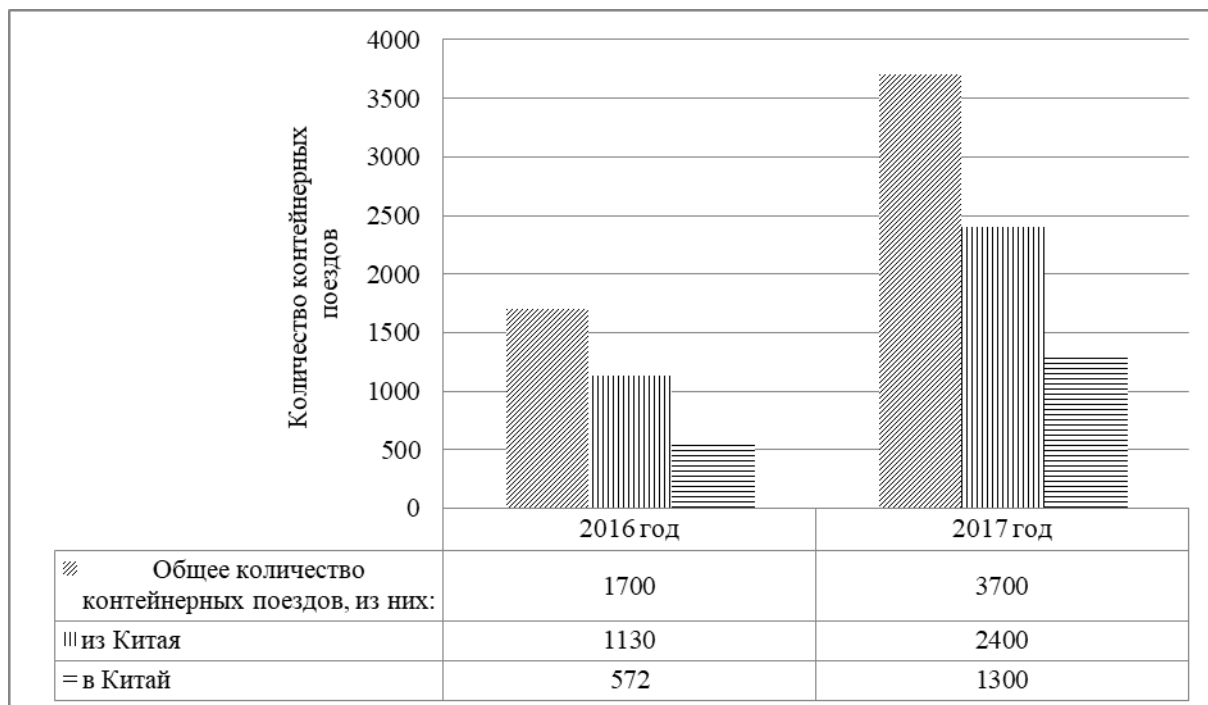


Рисунок 1 – Объем грузопотока за 2016-2017 года между Китаем и ЕС

Учитывая текущее состояние инфраструктуры, локомотивного и вагонного парка в Польше, значительное увеличение контейнерных потоков через узел Брест-Малашевичи кажется крайне проблематичным [2].

На этом пограничном переходе часто простаивают до 3,5 тысячи вагонов. Польше необходимо развивать железнодорожную инфраструктуру в направлении восток-запад. С этой целью в рамках финансовой программы ЕС (Multiannual Financial Framework на 2014–2020 годы) на развитие железнодорожной инфраструктуры Польши было выделено около 10 миллиардов евро.

Однако Польша стала развивать на эти деньги не жизненно важные для Западной Европы "восточные коридоры". Они распределяют все ресурсы «для развития железнодорожных маршрутов, соединяющих порты Балтики и юг Европы (север - юг)».

Сегодня, вместо согласованных четырнадцати составов в день, польская сторона принимает максимум десять. В то время как объемы на Новом Шелковом Пути стремительно растут.

Другим фактором, ограничивающим развитие Шелкового пути, является различия в длине контейнерных поездов. Если на российских железных дорогах в среднем поезд состоит из 71 условного вагона или 994 метра, на белорусской железной дороге – от 57 до 65 вагонов или до 910 метров, то в Польше в соответствии с техническим регламентом длина поезда не может превышать 600 метров.

То есть поезда, которые покидают польскую станцию Малашевичи, включают в себя не более 43 вагонов. В результате контейнеры должны перегружаться и образовывать дополнительные составы. Это приводит к потере времени и увеличению затрат.

Третье ограничение - низкая скорость движения грузовых поездов в странах ЕС.

Польша находится на последнем месте в Европе по скорости грузовых поездов. В то же время стоимость перевозок в Европе намного выше, чем, например, в России.

Средняя локальная скорость движения поездов на территории Евразийского союза составляет 41 км/ч, а в ЕС грузовые поезда движутся со средней скоростью 18,2 км/ч. Маршрутная скорость грузовых поездов составляет 692,2 км/сутки [3].

Для решения проблемы пересечения границы польская сторона строит новые терминалы. На границе с Польшей были созданы два новых контрольно-пропускных пункта: большой в Брузгах и резервный в Свислочи. Брест, конечно, является главной точкой перехода, но риски застрять на границе клиентам не нужны.

В целом, можно сказать, что проект Нового шелкового пути принесет Беларуси значительные выгоды. Будет улучшено транспортное сообщение, построен первый китайско-белорусский индустриальный парк, налажено межгосударственное и межкультурное взаимодействие. Благодаря проекту Китая, Беларусь станет настоящим центром Европы, где будут осуществляться сделки между Западом и Востоком, воротами Китая в ЕС.

Список цитированных источников

1. Корнийченко, М. А. Беларусь как часть проекта Экономический Пояс Шелкового пути: возможные проблемы и перспективы / М. А. Корнийченко // Новые горизонты – 2015: сборник материалов Белорусско-Китайского молодежного инновационного форума, 26-27 ноября 2015г. – Минск: БНТУ, 2015. – с. 103-105.

2. Новости экономики и финансов, курсы валют, прогнозы, аналитика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.finance.ru>. – Дата доступа: 17.05.2019.

3. Живой журнал [Электронный ресурс].- Режим доступа: [https:// periskop.livejournal.com](https://periskop.livejournal.com). – Дата доступа: 17.05.2019.

ОПТИМИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

Таможенные органы являются важными структурными элементами логистической системы управления внешнеторговыми товарными потоками, "защищающими" в процессе своей деятельности самые разнообразные государственные интересы в сфере внешней торговли. В то же время необходимо отметить, что длительное время таможенная служба Республики Беларусь рассматривалась исключительно в качестве фискального органа, главной задачей которого считалось обеспечение максимального поступления в бюджет доходов от внешнеторговой деятельности.

Переход экономики Республики Беларусь к рыночным отношениям, а также ее интеграция в мировую экономику потребовали внесения существенных изменений в характер деятельности таможенной службы страны. Таможенную службу необходимо было превратить из фискального учреждения в реально действующий орган государственного регулирования внешнеторговых потоковых процессов. Решить указанную задачу, на наш взгляд, невозможно без применения логистических методов управления внешнеторговыми товарными потоками, реализуемых, в том числе, путем создания логистических подразделений в таможенных управлениях.

Также по нашему мнению, большое значение для оптимизации движения финансовых потоков таможенных платежей (сопровождениями товарные потоки в сфере внешней торговли), а также ускорения перемещения внешнеторговых товарных потоков через таможенную границу нашей страны имело бы образование единого Расчетного таможенного центра (РТЦ) в качестве независимого структурного подразделения в составе таможенных управлений. Основной задачей РТЦ станет повышение качества и ускорение таможенного оформления товаров и транспортных средств импортеров и экспортеров, которые осуществляют свою деятельность в регионе деятельности определенного таможенного управления.

Необходимо выработать и внедрить эффективные механизмы продвижения позиции Республики Беларусь в Евразийском экономическом союзе, а также усилить обосновательную базу предлагаемых белорусской стороной решений. В том числе нужно качественно прогнозировать социально-экономические и торгово-политические последствия предлагаемых решений. Требуется вести дело к тому, чтобы роль Беларуси в Евразийском экономическом союзе подкреплялась конкретными результатами в отношении соблюдения экономических и торгово-политических интересов белорусской стороны. В этих целях предстоит повысить ясность и четкость механизма выработки предложений белорусской стороны, а также чаще привлекать к обсуждению проектов бизнес-сообщество.

В связи с этим видится важным предложение концепции развития подсистемы администрирования таможенных и иных платежей, взиманием которых занимается таможенная служба Республики Беларусь.

Деятельность таможенных органов по формированию таможенных доходов можно охарактеризовать следующими факторами:

- увеличение количества участников ВЭД;
- увеличение объемов внешней торговли;
- расширение товарной номенклатуры перемещаемых товаров;
- дальнейший переход на электронное декларирование и автоматическую обработку данных, содержащихся в декларации на товары;
- планируемое вступление страны во Всемирную торговую организацию;
- усложнение администрирования таможенных платежей, связанное с функционированием в рамках ЕАЭС.

Развитие подсистемы администрирования таможенных платежей основывается на усовершенствовании организации их взимания и формирования таможенных доходов.

Таким образом, нельзя не отметить, что повышение результативности таможенных органов, связанное с администрированием таможенных платежей, не может быть обеспечено корректировкой и улучшением каких-либо отдельных элементов. Необходим комплексный подход в освоении новых принципов деятельности таможенных органов по администрированию таможенных платежей, создание результативной методики по организации взимания таможенных платежей.

Достижение указанных моментов может быть осуществимо путём решения следующих задач:

- совершенствование администрирования таможенных платежей, основываясь на международных стандартах и последних достижениях в области информационных технологий;
- повышение качества таможенного регулирования. Это способствует созданию условий, позволяющих привлечь доходы в бюджет, ускорит товарооборот;
- укрепление взаимодействия с зарубежными таможенными органами, а также развитие двусторонней связи с органами исполнительной власти и коммерческими структурами.

Учитывая задачу ускорения перехода к экономике инноваций, должна повыситься роль таможенно-тарифных мер в реализации селективной промышленной и структурной политики. Это заключается в достаточной степени тарифной защиты конкретных рынков на первоначальных циклах производства инновационной продукции, постепенном открытии рынков по мере их становления, росте конкурентоспособности отечественных производств в целях сохранения конкурентной среды. Основополагающее значение в этом случае будет иметь наличие конкретных, подкрепленных инвестициями, развитием инфраструктуры, а также маркетинговыми планами программ по отраслевому развитию. В рамках этих программ меры по корректировке ставок ввозных и вывозных таможенных пошлин при необходимости станут составной частью отраслевых стратегий. Ориентирование таможенно-тарифного и нетарифного регулирования на стимулирование производства и экспорта инновационной, высокотехнологичной продукции потребует развития институтов содействия экспорту, совершенствования нормативно-правового регулирования в сфере таможенного дела, упрощения и сокращения числа административных процедур, использования всего инструментария мер по защите рынка, допускаемых положениями и нормами ВТО [1].

Конкретные предложения по совершенствованию национального таможенно-тарифного регулирования, которое в настоящее время выполняет преимущественно фискальные функции, а таможенный тариф выступает, по сути, дополнительным налогом на потребителей и промышленность, заключаются в следующем.

- необходим более тщательный учет состояния и специфики отдельных отраслей и производств, по отношению к которым таможенно-тарифное регулирование может в различной степени выполнять как протекционистские, структурные, стимулирующие, так и фискальные функции. Положение конкретных отраслей и производств на внутреннем рынке страны главным образом определяется, уровнем их конкурентоспособности;

- видится нужным сделать акцент на использовании импортного таможенного тарифа как инструмента разумной защиты сегментов внутреннего рынка, уязвимых для импорта, а также для повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей. В том числе необходимо придать большую гибкость и адресность таможенному тарифу путем выделения новых товарных подпозиций на уровне национальных знаков товарной номенклатуры. Это потребуется для идентификации наиболее чувствительных к импорту товаров, дифференциации уровней ставок пошлин вплоть до их дробления в зависимости от экономической целесообразности, широкого применения сезонных и временных пошлин, тарифных квот, иных специальных тарифных мер;

- с целью стимулирования производственно-технологической кооперации белорусских и иностранных компаний, а также переноса обрабатывающих производств на территорию Республики Беларусь ("импорт производств вместо импорта товаров") нужно более последовательно проводить в жизнь принцип эскалации таможенного тарифа. Для этого необходимо снизить уровень обложения импортных материалов, комплектующих изделий и компонентов, используемых для выпуска готовых изделий в Республики Беларусь (однако здесь возможны и исключения, требующие, например, сохранения довольно высокого уровня пошлин на материалы и комплектующие, уже производимые на территории страны для создания благоприятных условий развития соответствующих отечественных производств). Также необходимо более активно применять специальные таможенные режимы (переработки на таможенной территории, переработки для внутреннего потребления);

- необходимо упорядочить действующие системы тарифных преференций и тарифных льгот. Это послужит в целях повышения эффективности регулирующей функции таможенного тарифа. В том числе следует пересмотреть существующие преференции в пользу развивающихся стран, соотнеся круг получателей преференций, их размер с уровнем экономического развития таких государств, а также проводимой ими политикой в отношении нашей страны;

- следует улучшить качество таможенного администрирования. Этого можно достичь, прежде всего, за счет осуществления более полного таможенного контроля ввозимых товаров, а также упрощения технологии таможенного оформления и приведения процедур пропуска грузов через границу в соответствие с унифицированными международными нормами.

Исключительно важным моментом является расширение применения электронного декларирования и электронный документооборот при таможенном оформлении. Это позволит снизить издержки данного процесса и сократить время прохождения товаров, в особенности транзитных, через таможни.

Рассмотрев в общем виде изменения, касающиеся взимания таможенных платежей, можно сделать вывод о том, что проводимое администрирование таможенных платежей направлено на:

- ужесточение порядка уплаты, возврата, взыскания таможенных платежей (прежде всего, для плательщика);
- обеспечение оперативности поступления денежных средств в республиканский бюджет (как за счет изменения порядка уплаты таможенных платежей, так и за счет изменения порядка взыскания таможенных платежей со стороны таможенных органов);
- усиление контроля за поступлением таможенных платежей в республиканский бюджет.

Таможенно-тарифное регулирование призвано всеми способами содействовать целям и задачам внешнеэкономической деятельности, а также обеспечению безопасности страны и защите общенациональных интересов. Методы таможенно-тарифного регулирования в большей степени соответствуют природе рыночных отношений, а потому играют главную роль в регулировании ВЭД в современных условиях.

Мы полагаем, что сформированные новые подходы к администрированию таможенных платежей обеспечат их высокую результативность при внешней простоте и быстроте оформления товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу Республики Беларусь.

Список цитированных источников

1. Васильев, А. М. Исчисление таможенных платежей / А. М. Васильев // Концепт. – 2014. – № 31. – С. 26-30.

УДК 65.012.2: 004.418

Тикунова Д. Ю.

Научный руководитель: доцент Аверина И. Н.

АВТОМАТИЗАЦИЯ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ «ГАЛАКТИКИ ERP»

Современные системы управления крупными современными промышленными предприятиями включают бюджетирование как одну из самых эффективных технологий управления финансово-хозяйственной деятельностью. Бюджетирование позволяет повысить качество управления не только финансами, но и предприятием в целом, поскольку обладает рядом преимуществ, среди которых: интеграция стратегического и оперативного планирования, гибкость управления предприятием, проведение сценарного анализа, выбор оптимального варианта развития, оценка финансовой состоятельности предприятия.

Бюджетирование – это финансовое планирование, охватывающее все стороны деятельности организации, позволяющее составлять все понесенные расходы и полученные доходы (результаты) в финансовых терминах на предстоящий период. Это и запланированные финансовые сметы, и прогнозируемые объемы привлеченных внешних ресурсов, и многое другое.

Целью внедрения системы бюджетирования на предприятии является повышение эффективности его деятельности. Критерием эффективности вы-

ступает превышение доходов предприятия над его затратами при выполнении функций, возложенных на предприятие (его миссии).

При этом эффективность повышается за счет следующих факторов:

- сводятся в единый баланс все финансовые потоки, связанные с формированием доходов и затрат;
- реализуется принцип материальной заинтересованности всего персонала в результатах работы как своего подразделения, так и предприятия в целом;
- бюджетный процесс реализует на предприятии все функции управления финансами, а именно – планирование, организацию, мотивацию, учет, анализ и регулирование;
- становится возможным ориентировать финансовую политику на решение конкретных проблем;
- в основу финансового планирования закладывается план производства продукции, материально-технического и кадрового обеспечения.

К основным функциям бюджетирования относят процесс составления и принятия бюджетов на основе центров финансовой ответственности, а также последующий контроль за их исполнением.

Компьютеризация процесса бюджетирования, в свою очередь, позволяет решить многие проблемы, которые, так или иначе, возникают при анализе исходных данных для планирования, при выработке концептуальных и управленческих решений, при формировании структуры бюджетов.

Так, автоматизация системы бюджетирования:

- способствует развитию системы бюджетирования в целом;
- ведет к повышению производительности труда;
- упорядочивает бюджетную дисциплину;
- делает бизнес более прозрачным;
- выводит управленческие решения на новый уровень [1].

Несомненно, самым эффективным программным обеспечением, позволяющим полноценно автоматизировать процессы бюджетирования, являются ERP-системы. Одним из представителей этого класса программ является белорусско-российская система «Галактика ERP».

«Галактика ERP» обеспечивает в единой базе предприятия эффективное решение всего спектра задач, связанных с ведением бухгалтерского, налогового, оперативного и управленческого учета, формированием соответствующей отчетности на предприятиях различных видов собственности, отраслей и масштабов, в компаниях с многофилиальной и территориально-распределенной структурой. Бухгалтерский и налоговый учет поддерживается в полном соответствии с текущими законодательными актами России, Беларуси, Украины, Казахстана, Молдовы, Узбекистана. «Галактика ERP» также поддерживает ведение учета и отчетности в международных стандартах (IAS, US GAAP). Эффективность использования «Галактики ERP» заключается в том, что в единой базе содержатся все оперативные документы предприятия, и все модули программы выполняют их обработку соответствующими функциями.

Интегрированная система управления предприятием «Галактика ERP» охватывает все бизнес-процессы, связанные с финансами. Функциональность системы «Галактика ERP» является эффективным инструментом для оперативного и среднесрочного планирования и управления финансами предприятия, поддерживает решение задач бюджетирования, ведения платежного календаря и финансового анализа.

Так, например, «Галактика ERP» включает широкие возможности для планирования:

- формирование в автоматическом режиме бюджетов, включая консолидированные бюджеты;
- согласование бюджетов в автоматическом режиме с сохранением истории согласования;
- возможность планирования различных сценариев исполнения бюджета;
- описание и настройка аналитических признаков статей, возможность их визуального представления в рамках типовых форм бюджета;
- формирование плановых показателей бюджета по различным оперативным планам (например, по календарному);
- агрегация бюджета по различным вариантам организационной структуры предприятия;
- возможность индивидуальной настройки представления бюджета для каждого из подразделений;
- возможность распределения значения статей одного бюджета по статьям другого при наличии взаимосвязей;
- гибкая настройка границ индивидуальной видимости бюджета для пользователей с разными правами.

В отдельном модуле «Управление бюджетом» в «Галактике ERP» реализована поддержка всех бизнес-процессов бюджетирования, в автоматическом режиме проводятся все необходимые операции с бюджетами: планирование, согласование, анализ различных вариантов, формирование отчетности. На основании этого вырисовывается общий алгоритм эксплуатации модуля, который включает в себя несколько этапов [2].

На первой стадии работы с модулем требуется тщательная и корректная его настройка, чтобы максимально адаптировать продукт к потребностям и специфике конкретного предприятия. Данный этап характеризуется выполнением соответствующих операций и процедур: заполнением справочников, настройкой необходимых параметров. Применение механизма типовых форм бюджетов, список которых составляется в специально предназначенном справочнике, предоставляет возможность оперативного переключения с одного вида бюджета на другой простым выбором нужной формы из справочника. В частности, можно, например, быстро переключиться с бюджета доходов на бюджет расходов. Кроме этого, привязав несколько групп аналитики к одному и тому же набору статей в разных типовых формах, можно рассматривать бюджет с разным уровнем детализации информации (рисунок 1).

Расходы	01	Статьи планов (бюджетов)	
Расходы по основному виду	01	Статьи планов (бюджетов)	
Зарплата	01	Статьи планов (бюджетов)	Аналитика бюджета расходов
Фанера березовая 4.0	01	Материальные ценности	Аналитика бюджета расходов
Фанера хвойная 4.0	02	Материальные ценности	Аналитика бюджета расходов
Прочие материальные цен	03	Материальные ценности	Аналитика бюджета расходов
Отчисления на социальные	02	Статьи планов (бюджетов)	
Сырье, материалы	03	Статьи планов (бюджетов)	Аналитика бюджета расходов
Фанера березовая 4.0	01	Материальные ценности	Аналитика бюджета расходов
Фанера хвойная 4.0	02	Материальные ценности	Аналитика бюджета расходов
Прочие материальные цен	03	Материальные ценности	Аналитика бюджета расходов
Электроэнергия	04	Статьи планов (бюджетов)	Аналитика бюджета расходов
Реклама	05	Статьи планов (бюджетов)	Аналитика бюджета расходов

Рисунок 1 – Типовая форма бюджета расходов

На следующей стадии производится формирование бюджета, другими словами – реализуется процесс планирования. Как видно из рисунка 2, каталог статей бюджетов естественным образом сопоставляется с каталогом статей затрат.

К числу важнейших этапов бюджетирования относится также стадия согласования и утверждения. В частности, компании, являющиеся частью холдинга или корпорации, составляют свои бюджеты и передают их руководителям холдинга для согласования и утверждения. На основании бюджетов, полученных от подчиненных субъектов хозяйствования, руководство холдинга формирует агрегированный бюджет и, при необходимости, вносит в него требуемые корректировки. Разумеется, после этого соответствующие изменения в свои бюджеты должны внести и подчиненные компании. После этого они вновь отправляют свои бюджеты на согласование, и т. д. – до тех пор, пока не будет сформирован согласованный вариант бюджета, который и утверждается руководством холдинга. Для реализации подобных операций с бюджетами в «Галактике» предусмотрен механизм вариантов и статусов: например, бюджет может быть формируемый, согласованный, утвержденный и т. д. [3].

Итого расходов		02
Расходы по обычным видам деятельности		01
Производственные затраты		01
Материальные затраты		01
Затраты на оплату труда		02
Амортизация		03
Общехозяйственные расходы		02
Амортизация ОС и НМА		01
Оплата труда аппарата управления		02
Услуги сторонних организаций		03
Прочие расходы		04
Коммерческие расходы		03
Транспортные расходы		01
Комиссионные сборы		02
Реклама		03
Командировочные расходы (заключение дог		04
Прочие расходы	ПрР	02

Рисунок 2 – Структура Статей бюджетов группы Итого расходов

Еще один важный этап – формирование фактических показателей бюджета. Эти показатели характеризуют исполнение статей бюджета, которые были определены на этапе планирования. Большинство показателей можно формировать автоматически на основе оперативных и бухгалтерских данных системы «Галактика» с помощью встроенного механизма типовых финансовых операций. Однако наряду с этим показатели бюджета можно также вводить с клавиатуры. Фактические данные для различных статей бюджета могут формироваться на основе перечисленных ниже источников:

- бумажные носители информации, созданные в неавтоматизированных подразделениях (отделах, службах). Такого рода информация вводится в модуль вручную;
- бухгалтерская информация, имеющаяся в системе «Галактика». Эти данные рассчитываются с помощью встроенных алгоритмов обработки бухгалтерской информации;
- оперативные данные, имеющиеся в системе «Галактика». В большинстве случаев эти данные берутся из модуля «Управление договорами». В системе реализована возможность разноски указанных фактических данных по статьям бюджета.

Важную роль в бюджетировании играет процесс сравнительного анализа бюджетов. В системе «Галактика» реализован удобный механизм сравнения

бюджетов разных видов – например, плановых и фактических показателей, бюджетов разных периодов планирования и т. д. При этом показываются как различия между показателями сравниваемых бюджетов, так и проценты выполнения плана.

Завершающий этап бюджетирования – корректировка данных. Суть его заключается в том, что по результатам анализа исполнения бюджетов проводится корректировка бюджетов на последующие периоды с учетом фактических данных.

Эффективное финансовое планирование на предприятии может быть построено на базе технологии бюджетирования. Правильно сформированный бюджет, как финансовый план, способствует более рациональному использованию ресурсов компании. Также он дает возможность менеджменту своевременно принимать управленческие решения для достижения целей предприятия. Для оперативности и точности оценки результатов важную роль играют применяемые для бюджетирования инструменты. Как видим, наиболее развитые и технологичные они присутствуют в ERP-системах, что было рассмотрено на примере «Галактики ERP»

Список цитированных источников

1. Аверина, И.Н. Методика бюджетирования с применением 1С / И.Н. Аверина // Новые информационные технологии в образовании: сб. науч. трудов 16-й междунар. научно-практич. конф. «Новые информационные технологии в образовании» (Применение технологий «1С» в условиях модернизации экономики и образования) 2-3 февраля 2016 г. / Под общ. ред. проф. Д.В. Чистова. В 2 ч. – М.: ООО «1С-Пабблишинг», 2016. – Часть I. – С. 278-281.

2. Аверина, И.Н. Методологические основы бюджетирования в корпоративных информационных системах / И.Н. Аверина // Социально-экономическое развитие городов и регионов: градостроительство, развитие бизнеса, жизнеобеспечение города : материалы междунар. научно-практич. конф., Волгоград, 22.04.2016 г. – Волгоград : ВолгГАСУ, 2016. – С. 306–312.

3. Система «Галактика ERP». Модуль «Платежный календарь» и его взаимодействие с модулем «Управление бюджетом». Руководство пользователя. – М.: Корпорация «Галактика», 2014. – 29 с.

УДК 65.012.2

Тикунова Д. Ю.

Научный руководитель: доцент Аверина И. Н.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И РОЛЬ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ

В обстановке рыночной нестабильности крайне важно предвидеть вероятные изменения условий деятельности с помощью опережающего планирования и контроля, прогнозировать будущее, что возможно с помощью системы бюджетирования.

Система бюджетирования охватывает как в целом организацию, включая производство, реализацию, распределение, финансирование, так и подразделения, занимающиеся отдельными видами финансово-хозяйственной или производственной деятельности. Бюджеты включаются в большинство контрольных систем организации, в том числе широко используются в системе учета и калькулирования по нормативным затратам.

Бюджетирование – это финансовое планирование, охватывающее все стороны деятельности организации, позволяющее составлять все понесенные расходы и полученные доходы (результаты) в финансовых терминах на предстоящий период. Это и запланированные финансовые сметы и прогнозируемые объемы привлеченных внешних ресурсов и т. п. [1]. Ранее документ, с помощью которого планировались доходы и расходы, носил название «смета» (смета доходов и расходов, смета потребного количества материалов, рабочей силы и т. д.).

К основным функциям бюджетирования относят процесс составления и принятия бюджетов на основе центров финансовой ответственности и последующий контроль за их исполнением.

В соответствии с этим назначение бюджетирования в самом общем виде – это основа:

- планирования деятельности и принятия управленческих решений;
- оценки всех аспектов финансового состояния организации;
- укрепления финансовой дисциплины и подчинения интересов отдельных структурных единиц интересам организации (компании) в целом и собственникам ее капитала.
- Основные цели бюджетирования формируются следующим образом:
- выполнение функций инструмента планирования;
- осуществление контроля с прямой и обратной связью;
- оказание мотивирующего влияния на деятельность работников;
- формирование коммуникационной среды;
- обеспечение координации деятельности организации [2].

Рассмотрим цели бюджетирования более подробно.

Выполнение функций инструмента планирования.

Бюджет нацелен на будущее, что позволяет предусмотреть возможные нежелательные ситуации и отыскать путь их разрешения. Хотя сам по себе процесс бюджетирования не может предотвратить появление проблем в будущем, но создает условия для того, чтобы подготовиться к их решению. Это конкретизация годового плана с помощью бюджетов и смет, рассчитанных на месяц, квартал. В результате вероятность поспешных решений, принимаемых экспромтом и определяемых только текущей целесообразностью, сводится к минимуму.

Осуществление контроля с прямой и обратной связью.

Бюджетная система выполняет контрольную функцию, определяя сферу ответственности руководителей различного уровня и соотнося ее с показателями бюджетов и смет. Финансовый контроль и оценка результативности несут при этом характер прямой и обратной связи. Сравнение бюджетных и фактически достигнутых показателей осуществляется контролем с обратной связью, а на сравнении бюджетных показателей с установленными организацией целями основан контроль с прямой связью. Через механизмы контроля с прямой и обратной связью строится система вознаграждения руководителей (премии, льготы и др.).

Следует отметить, однако, что для эффективной работы механизмов бюджетного контроля необходимо, чтобы система бюджетирования предполагала определенную свободу действий управленческого персонала без незамедлительных обвинений и санкций в случае кратковременных отступлений от бюджетных показателей.

Оказание мотивирующего влияния на деятельность работников.

С помощью бюджетирования разрабатываются показатели (задания) для конкретных групп работников, что повышает их ответственность за результаты работы. Кроме того, участие сотрудников организации в составлении бюджетов и смет повышает мотивационный эффект. Однако бюджетно-ориентированный стиль оценки работы руководителей неприемлемым в условиях неопределенности.

Формирование коммуникационной среды.

Системой бюджетирования формируется финансовая осведомленность сотрудников организации. Они должны знать и четко представлять себе последствия своих действий, должны задумываться о том, что какие-то другие, альтернативные решения могли бы быть более эффективны с точки зрения финансов [1].

Многие решения, оказывающие влияние на показатели бюджетного года, принимаются заранее как составляющие перспективного плана, который должен стать стартовой точкой для подготовки годового бюджета. Лица, отвечающие за подготовку бюджетов и смет должны получить от высшего руководства информацию об этом. Кроме того, они должны иметь информацию о возможных изменениях условий деятельности, поправках, изменяющих цены, уровень инфляции, отраслевой спрос и выпуск продукции. В процессе представления информации руководителям основных направлений деятельности, отвечающим за подготовку отдельных разделов бюджетов и смет, необходимо давать указания о характере реагирования на возможные изменения экономической ситуации.

Коммуникационная функция бюджетирования усиливается, когда процесс его осуществляется в виде комбинации информационных потоков, движущихся во встречных направлениях.

При реализации коммуникационной функции процесса бюджетирования следует иметь в виду, что она достаточно трудоемка и дорогостояща и, если затраты на нее будут выше чем ее достоинства, – она превратится в бюрократический тормоз.

Обеспечение координации деятельности организации.

Координация деятельности подразделений организации в процессе бюджетирования имеет чрезвычайно важное значение. Составление бюджета (сметы) является своего рода механизмом, при помощи которого действия различных подразделений организации могут быть согласованы и сведены в единый процесс [3].

Координация жизненно необходима там, где при принятии решений отдельные структурные подразделения и должностные лица относительно независимы от центрального руководства (например, филиалы, представительства и т. п.).

Выполнение бюджетов может рассматриваться в качестве одной из целей организации, вместе с тем сами бюджеты должны быть направлены на достижение нескольких целей в зависимости от временных границ их функционирования, сферы применения и степени детализации.

Важнейшей задачей современных экономических исследований становится разработка методологических и методических основ по созданию моделей бюджетирования хозяйственных структур [4]. Хорошо поставленная бюджетная система очень важна для предприятия, особенно крупного. Она поможет усовершенствовать координацию всех его подразделений, избежать кризисных ситуаций, улучшить мотивацию, повысить ответственность управленцев всех уровней, предсказать финансовый результат, предотвратить нежелательные ситуации.

Список цитированных источников:

1. Виткалова, А. П. Бюджетирование и контроль затрат в организации / А. П. Виткалова, Д. П. Миллер. – М.: Альфа-Пресс, 2006. – 103 с.
2. Аверина, И. Н. Методологические основы бюджетирования в корпоративных информационных системах / И. Н. Аверина // Социально-экономическое развитие городов и регионов: градостроительство, развитие бизнеса, жизнеобеспечение города: материалы междунар. научно-практич. конф., Волгоград, 22.04.2016 г. – Волгоград: ВолгГАСУ, 2016. – С. 306–312.
3. Хруцкий, В. Е. Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования. / В. Е. Хруцкий, Т. В. Сизова, В. В. Гамаюнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 400 с.
4. Аверина, И. Н. Технологии бюджетирования в ERP-системах / И. Н. Аверина // Вестник БрГТУ. – 2018. – № 3(111): Экономика. – С. 70-73.

УДК 336.7

Тишко Д. О.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И. И.

СУЩНОСТЬ СИСТЕМНЫХ РИСКОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью данной работы является рассмотрение основных видов системных рисков, возникающих в банковской сфере, и определение современных инструментов их снижения.

Под банковской сферой понимается многогранный и сложный элемент национальной экономики. Аккумуляция и перераспределение денежных ресурсов не являются единственными видами деятельности банковских учреждений. Выполняемые банковской сферой функции обеспечивают непрерывность и пропорциональность процесса общественного воспроизводства в целом. Уровень развития финансово-кредитной системы, с одной стороны, напрямую зависит от показателей экономического развития страны, а с другой – он является фактором, стабилизирующим или же дестабилизирующим это развитие. Поэтому страны со сбалансированной и достаточно капитализированной банковской сферой имеют большие возможности экономического роста.

Именно банковская сфера создает и направляет импульсы денежно-кредитного регулирования всем остальным сферам национальной экономики, при этом обеспечивая устойчивое развитие и макроэкономическое равновесие, которые, в свою очередь, тоже оказывают на нее определенное воздействие.

На сегодняшний день стабильность коммерческих банков находится под влиянием факторов, которые предопределяются внешними по отношению к банку макроэкономическими и нормативно-правовыми условиями деятельности, при этом задавая определенные параметры деятельности коммерческого банка. В то же время внешние факторы стабильности коммерческих банков являются объективными по отношению к ним самим, следовательно, перед банками стоит задача максимальной ориентации на эти воздействия, формируя свою стратегию по обеспечению ликвидности.

Без понимания как экономической, так и правовой природы, а также уровня и границ банковского риска, невозможно обеспечить системную устойчивость в денежно-кредитной сфере и стабильное развитие банковского посредничества. Риски порождаются любой операцией, проведенной коммерческим бан-

ком и, следовательно, снижают эффективность деятельности банка. Организация процесса управления рисками должна учитывать вид и степень риска.

Банковская сфера характеризуется высокой степенью системного риска. Одной из наиболее актуальных проблем в период несбалансированности финансового рынка и нестабильности экономики в стране является проблема управления системными рисками, поэтому на сегодняшний день коммерческие банки большое внимание уделяют разработке основанных на современных методах выявления факторов опасности, идентификации и оценке риска, планировании и прогнозировании новых инструментов регулирования банковскими рисками [1].

Ввиду того, что кредиты являются самыми прибыльными банковскими активами, то риск, особенно кредитный, - составная часть инвестиционной деятельности коммерческих банков. Этот риск обусловлен самой природой кредитного соглашения, поэтому банки ищут новые пути снижения рисков при осуществлении своей деятельности в период финансовой и экономической нестабильности. Для осуществления данного процесса необходим пересмотр уже сформировавшихся направлений в управлении рисками, что требует изменения систем риск-менеджмента.

Термин *«системный риск»* дает описание такому понятию, как функциональное разрушение финансового сектора, то есть неспособность выполнять свои задачи. При появлении такой ситуации, в которой один или несколько коммерческих банков не способны выполнять в полном объеме и своевременно свои обязательства, возникает системный риск в банковской сфере. Все это становится причиной неплатежеспособности всех участников финансовых отношений, а также приводит к банковским кризисам [2].

К характерным чертам, присущим рискам современной банковской системы, можно отнести их системный характер, а также использование новых форм планирования и прогнозирования и соответствующих им моделей оценки рисков банковской деятельности в условиях нестабильной экономики. На сегодняшний день существует ряд нерешенных методических и теоретических проблем, связанных с такими видами рисков, как кредитный, инвестиционный, правовой, конкурентный, маркетинговый, бухгалтерский и др.

В совокупности все вышеперечисленные виды рисков под влиянием внешних и внутренних экономических и политических факторов могут стать толчком к реализации накопленных системных рисков. Далее уже системные риски будут являться главной причиной нарушения стабильности функционирования денежно-валютных рынков и рынков ценных бумаг, снижения показателей ликвидности субъектов рынка и ухудшения экономической ситуации в стране в целом.

Для объективной оценки системных рисков коммерческих банков необходимо, прежде всего, выполнить комплексный анализ показателей их деятельности. На основе анализа банковской отчетности должны выявляться тенденции роста кредитного риска, риска доходности, риска недостаточной капитализации, рисков ликвидности и концентрации активов.

В экономике существуют специальные методы, применяемые с целью регулирования системных рисков банковской сферы, которые позволяют коммерческим банкам либо минимизировать риски при осуществлении своей деятельности, либо же нейтрализовать их полностью. Инструменты, позволяющие центральным банкам снижать вероятность или ограничивать негативные последствия системного риска для финансовой системы, эксперты называют *макропруденциальными* (рисунок 1).

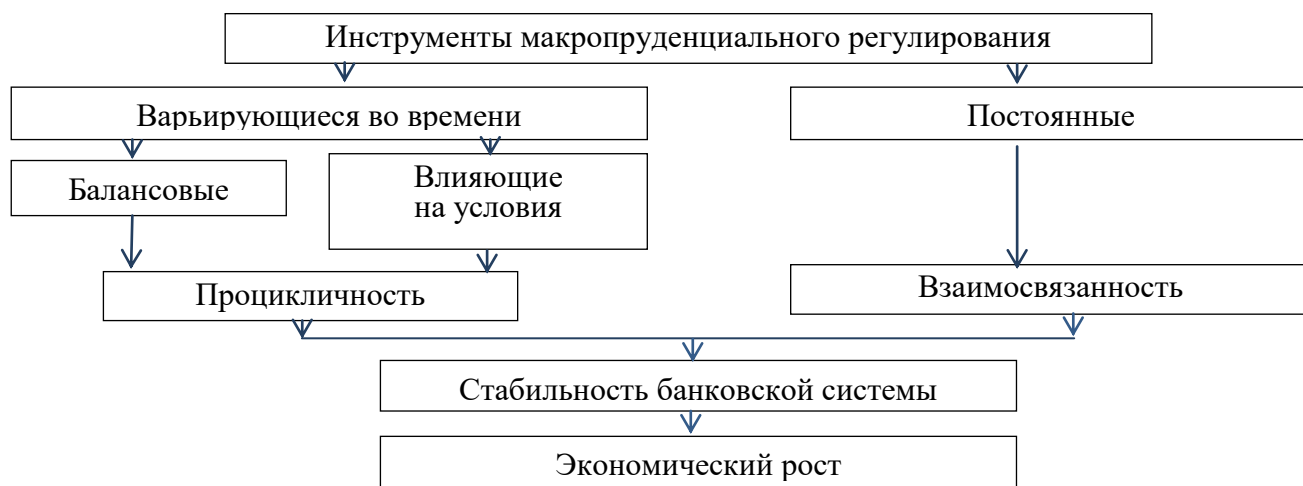


Рисунок 1 – Инструменты макропруденциального регулирования системных рисков [2]

Выбор инструментов макропруденциального регулирования осуществляется после выявления опасностей, связанных с системными рисками, их комплексного анализа, количественной и качественной оценки, а также распределения между банковскими учреждениями. Такой подход к управлению рисками банковской сферы позволит снизить вероятность возникновения и остроту негативных их воздействий на национальную экономику.

Список цитированных источников

1. Шубина, А.С. Банковские риски при осуществлении депозитных операций / А.С. Шубина, И.Р. Ухов // Студенческий форум: электрон. научн. журн. – 2017. – № 4(4). – Режим доступа: <https://nauchforum.ru/journal/stud/4/20245> – Дата доступа: 13.05.2019.
2. Системный риск в финансовой сфере: теоретический анализ и подходы к оцениванию / О. Дж. Говтвань, А.К. Мансуров // Проблемы прогнозирования. – 2011. – № 2. – С. 24—36.

УДК 336.7

Тишко Д. О.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И. И.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ СИСТЕМНЫХ РИСКОВ БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью данной работы является рассмотрение механизма снижения системных рисков в деятельности белорусских коммерческих банков.

Одной из наиболее актуальных проблем в период несбалансированности финансового рынка и нестабильности экономики в стране является проблема управления системными рисками, поэтому на сегодняшний день коммерческие банки большое внимание уделяют разработке новых инструментов, основанных на современных методах выявления факторов опасности, идентификации и оценке риска, планировании и прогнозировании их последствий [1].

Центральные банки используют макропруденциальные инструменты для снижения двух проявлений системного риска: *временного*, т. е. системного риска, который накапливается в банковской сфере и может реализоваться со

временем; *межсекторного*, т. е. системного риска, который уже реализуется в данный момент времени в разных сегментах банковской сферы [2].

В настоящее время в международной практике сложились две основные концепции оценки системных рисков: оценка системных рисков по принципу «сверху - вниз» и оценка системных рисков по принципу «снизу - вверх».

В первом случае происходит комплексный анализ рисков всей банковской системы (или экономической системы). После чего выявленные риски распределяются между банками как неотъемлемыми частями системы.

Иной подход применяется в случае оценки системных рисков «Снизу - вверх». Он начинается с идентификации, измерения и оценки рисков отдельных кредитных организаций. После чего рассчитывается агрегированный показатель соответствующего риска для всей системы [2].

К оценочным методам системных рисков банковских организаций можно также отнести количественные индикаторы, определяющие пороговые значения, — максимальные величины, несоблюдение которых может провоцировать негативные последствия в банковской сфере.

Для анализа пороговых значений необходимо, прежде всего, определить приоритетные интересы национальной экономики. Согласно принятому в Республике Беларусь подходу, пороговые значения индикаторов установлены нами в процентах к ВВП. Так, объем внутреннего долга не должен превышать 20 - 30%; объем внешнего долга – 20 - 25%; дефицит бюджета — до 5%; денежной массы (M2) — 50% [3].

Используя предельные величины данных индикаторов в качестве критериев системных рисков, выполним анализ текущей ситуации в Республике Беларусь, результаты которого наглядно представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Оценочные критерии системных рисков

По результатам выполненного анализа соответствия текущих макроэкономических показателей представленным на рисунке 1 оценочным критериям, в качестве наиболее опасных факторов возникновения системного риска можно указать превышение относительного размера внешнего госдолга, который со-

ставил на 01.03.2019 года 28.1% ВВП, а также прирост среднемесячной денежной массы в размере 12.2% [3]. С учетом этого далее необходимо определить уровень риска и выполнить его оценку с помощью набора индикаторов системных рисков.

Одним из основных индикаторов является отношение суммы кредитов нефинансовому сектору к ВВП. Данный показатель рассматривается в динамике за анализируемый период. Как показала практика, увеличение данного индикатора на 2-3% в год свидетельствует о риске избыточного кредитования и снижения качества оценки кредитоспособности заемщиков банков [2]. Для анализа ситуации в банковской сфере республики Беларусь рассчитаем значение данного индикатора за 2016 - 2018 гг., используя информацию официальной статистики [3]:

$k(2016) = 18,0757 \text{ млрд руб.} / 94,300 \text{ млрд руб.} = 0,1917$ или 19,17 %.

$k(2017) = 24,5083 \text{ млрд руб.} / 105,199 \text{ млрд руб.} = 0,2330$ или 23,30 %.

$k(2018) = 31,9098 \text{ млрд руб.} / 121,600 \text{ млрд руб.} = 0,2624$ или 26,24 %.

Мы выявили увеличение данного показателя с 19,17 % в 2016 г. до 26,24 % в 2018 г., что говорит о заметном ухудшении ситуации в сфере банковского обслуживания и об увеличении возможности возникновения системного риска в банковской системе в целом. В целом динамика данного показателя сигнализирует о том, что не соответствующее росту ВВП финансирование заемщиков может повлечь за собой увеличение системного риска [2].

Таким образом, исходя из результатов анализа оценочных критериев и индикатора рисков банковской сферы, нами была выявлена реальная угроза системного риска, основными причинами которой, на наш взгляд, является недостаточный надзор за кредитной деятельностью банков и значительный рост суммы кредитов реальному сектору, превышающий прирост ВВП.

Для снижения возможности появления данного риска предлагаются следующие рычаги и инструменты:

1. Обеспечение эффективного надзора за банковской сферой;
2. Принятие законодательных мер регулирования банковской сферы;
3. Выбор направлений денежно-кредитной и пруденциальной политики;
4. Макроэкономическая устойчивость и стабильный экономический рост;
5. Непрерывный мониторинг индикаторов системных рисков;
6. Снижение изменчивости ставок по кредитам до минимума.

Мы считаем, что сочетание комплексного подхода к выявлению факторов системного риска с использованием соответствующих инструментов его предотвращения позволит уменьшить реально существующие в белорусской экономике опасности дестабилизации финансово-кредитной сферы и снижения инвестиционной активности коммерческих банков.

Список цитированных источников

1. Шубина, А.С. Банковские риски при осуществлении депозитных операций / А.С. Шубина, И.Р. Ухов // Студенческий форум: электрон. научн. журн. – 2017. – № 4(4). – Режим доступа: <https://nauchforum.ru/journal/stud/4/20245> – Дата доступа: 13.05.2019.

2. Системный риск в финансовой сфере: теоретический анализ и подходы к оцениванию / О.Дж. Говтвань, А.К. Мансуров // Проблемы прогнозирования. – 2011. – № 2. – С. 24—36.

3. Банки и НКФО. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Национального Банка Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/system/banks/list> – Дата доступа: 13.05.2019.

УДК 336(075)

Трофимович Р. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Скопец Г. Г.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АГРОТУРИЗМА БЕЛАРУСИ И ГЕРМАНИИ

Целью данной работы является анализ развития агротуризма в Федеративной Республике Германия и в Республике Беларусь.

Особое место в системе современного мирового туристского рынка занимает агротуризм. Сегодня его принято рассматривать в качестве одного из ведущих и активно развивающихся секторов туристского рынка. Это связано с тем, что все больше иностранных граждан предпочитают агроусады не только для отдыха, но и для знакомства с культурой, бытом, традициями и природой других стран.

Агротуризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей сферы туризма в Беларуси. Ее развитие позволяет выгодно использовать сложившиеся тенденции на мировом туристическом рынке. Природные богатства, уникальное историко-культурное наследие, традиционный сельский образ жизни, экологически чистые продукты привлекают в республику многочисленных туристов из разных стран мира.

Таблица 1 – Показатели развития сферы агротуризма в Республике Беларусь

Показатели:	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Число субъектов агроэкотуризма, единиц	1 576	1 775	1 881	2 037	2 263	2 279	2 319	2 473
Численность туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, человек, в том числе граждан:								
Республики Беларусь	123435	184093	234532	276995	261335	271410	317500	379168
из других государств	21 416	38 473	37 184	41 847	32 946	30 374	33 628	43 132
Средняя продолжительность пребывания, дней	7	4	5	4	4	4	4	4
Сумма, полученная в оплату предоставленных услуг, млн руб	20,4	44,4	73,2	102,8	119,6	14,6	17,2	–

Исходя из данных о развитии агротуризма в Беларуси, представленных в таблице 1, видно, что с каждым годом количество агроусад увеличиваются. За 2018 год их количество увеличилось на 6,6% по сравнению с 2017 годом, а количество туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, на 20,3%, в

том числе: граждан Республики Беларусь на 19,4%, граждан других государств – на 28,3%. Средняя продолжительность пребывания туристов в агроусадебных хозяйствах составляет 4 дня. Таким образом, можно сделать вывод о том, что деятельность в сфере агротуризма с каждым годом развивается в лучшую сторону.

В числе обслуженных туристов наибольшую часть составляют граждане Республики Беларусь, за исследуемый период времени их доля неуклонно растет (с 57% в 2011 году до 88% в 2018). Доля иностранных граждан составила в 2018 году 11%.

Интерес со стороны иностранных граждан к отдыху в агроусадебных хозяйствах объясняется тем, что Беларусь богата природными ресурсами, делающими ее привлекательной: 20800 рек, 11000 озер, 36% территории – леса, 7% – национальные парки, благоприятные климатические условия, историко-культурные достопримечательности, при этом – множество деревень, в которых мало что изменилось с XIX века.

Одной из предпосылок для развития агротуризма в Беларуси является возможность отдыха в сельской местности с ее первозданной природной средой (велотуры, байдарочные походы, сбор лекарственных трав, грибов, ягод, рыбалка, охота). Ресурсную базу агротуризма составляет возможность знакомства с традиционным укладом жизни сельских жителей, народными ремеслами и промыслами, местными обычаями, фольклором. Несмотря на наличие всех необходимых предпосылок для развития сельского и экологического туризма, Беларусь заметно уступает Германии в плане их освоения.

Агротуризм в Германии является объектом значительного государственного внимания на всех уровнях власти. В основе такой политики лежат как экономические факторы, так и стремление максимально поддерживать культурную самобытность сельской местности.

Двадцать пять тысяч операторов в Германии предлагают сельский отдых. За год регистрируется 27 миллионов ночевков, а ежегодный оборот по размещению туристов в агроусадебных хозяйствах и оказанию им услуг оценивается в 1 миллиард евро [1]. При этом наиболее распространен фермерский туризм, предполагающий проживание в фермерском доме совместно с хозяевами, включая оказание помощи по хозяйству. Для немцев типичны следующие формы организации досуга: помощь хозяевам по хозяйству; уход за животными; проведение пикников; рыбалка. Агротуризм в Германии тесно связан с событийным туризмом. Народные праздники, ярмарки, фольклорные фестивали и многие другие событийные мероприятия становятся традиционным компонентом сельского отдыха.

В настоящее время в Германии существует огромный выбор загородного жилья: конные фермы, экологические усадьбы, сельские дома для велосипедистов, горнолыжников и молодоженов и многое другое. Агротуристам предлагают курсы вождения трактора, традиционные способы изготовления знаменитых солёных роголиков, основы здоровой кулинарии и органического возделывания земли, рыбалку, садоводство, созерцание и медитацию, конные прогулки, творческие конкурсы, пленэры, концерты, экскурсии, пикники и многое другое.

В Беларуси агротуризм начал развиваться относительно недавно, в то время как в Германии он существует уже почти 50 лет. Этим можно объяснить тот факт, что в Германии агроусадебных хозяйств на 25% больше, чем в Беларуси. В стране медленно осуществляется переход на принятые в международной

практике стандарты качества туристских услуг и обслуживания туристов. Имеет место несоответствие цены и качества на услуги, предоставляемые агроусадьбами для иностранных туристов. В отличие от Беларуси – Германия давно перешла на международные стандарты качества туристических услуг и обслуживания туристов.

По итогам исследования портала Priceonomics Беларусь, оказалась на 12 месте в рейтинге наименее заполненных туристами стран (на одного туриста приходится 60 местных жителей) [2]. Это говорит о том, что Беларусь мало известна на мировом туристском рынке как государство, имеющее древнюю историю, богатую культуру, разнообразную природу. В стране недостаточно развита система маркетинга национального туристского продукта и его продвижения на мировом и внутреннем рынке. Отсутствует сотрудничество в этой сфере с зарубежными фирмами и международными туристскими организациями.

Для сравнения Германия считается одной из самых безопасных туристических стран в мире и находится на 7-м месте в десятке стран-лидеров по приему зарубежных туристов, а по валютным поступлениям в отрасли она занимает 6-е место в мире [3]. Наиболее часто Германию посещают туристы из США, Нидерландов, Италии и Соединенного Королевства. Согласно статистическим данным, 30% немцев предпочитают отдыхать внутри страны.

Таблица 2 – Показатели сравнения сферы агротуризма в Республике Беларусь и в Федеративной Республике Германия

Показатели сравнения	Республика Беларусь	Германия
Год основания	2002	1970
Количество агроусадоб	2 473	10 000
Средняя стоимость проживания, в сутки, €	13-17	15-40
Туризм, общий вклад в ВВП (доля, %)	6,2	10,7
Капиталовложения (млрд долл. США)	0,3	28,2
Туризм, прямой вклад в занятость (тыс.)	85,9	3 143,9

Согласно таблице 2 общий вклад туризма в ВВП Беларуси за 2017 год на 6,5% меньше, чем в Германии, а по численности прямой занятости в туристском секторе Беларусь заняла 99 место в мире (опередив Финляндию, Латвию, Эстонию), Германия находится на 7-м месте [3].

В настоящее время инфраструктура Беларуси имеет низкую оценку. Для обеспечения развития агроэкотуризма в Республике Беларусь в рамках реализации Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 годы предусмотрено оказание финансовой поддержки субъектов агроэкотуризма за счет совместных средств республиканского бюджета и ОАО «Белагропромбанк». Субъектам, занимающимся оказанием услуг в сфере агроэкотуризма, предоставляется льготный кредит в размере не более 2000 базовых величин на срок до 5 лет с уплатой процентов в размере 5% годовых в безналичном расчете и только на реализацию проектов в сфере агроэкотуризма [4].

Таким образом, стимулирование развития агроэкотуризма в Республике Беларусь позволит повысить эффективность данной сферы, увеличить долю экспорта услуг на туристическом рынке, повысить приток иностранной валюты в страну. Развитие туристической деятельности будет способствовать решению таких важных вопросов, как занятость населения в сельской местности, восстановление и реставрация памятников культуры, архитектуры и природы, а также более рациональному использованию земельных ресурсов.

Список цитированных источников

1. Европейский агротуризм vs. белорусский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzedzich.org/2012/07/30/evropejskij-agroturizm-vs-beloruskij> – Дата доступа: 10.03.2019.
2. Рейтинг наименее заполненных туристами стран [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://priceconomics.com> – Дата доступа: 10.03.2019.
3. Туризм – мировая и региональная статистика, национальные данные, карты и рейтинги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/topics> – Дата доступа: 10.03.2019.
4. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru> – Дата доступа: 10.03.2019.

УДК 338.48-53

Трофимович Р. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Обуховская О. А.

АГРОТУРИЗМ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ БРЕНД БЕЛАРУСИ

Целью настоящей работы является изучение перспектив формирования и развития туристского бренда в Республике Беларусь.

Брендом принято называть «имя продукта», которое хорошо известно потребителю, а положительные характеристики товара не подлежат сомнению. Наличие бренда дает стране конкурентное преимущество за счет узнаваемости, создавая дополнительную добавленную стоимость и более интенсивный сбыт [1]. Бренд и наше представление о стране складывается в первую очередь из того, что мы о ней слышим, читаем и знаем. Актуальность исследования туристического бренда обусловлена тем, что в современной туристической индустрии популярность не может быть обеспечена при отсутствии определенного бренда. В силу того, что туристические потоки в Республике Беларусь незначительны, нашей стране необходим бренд, способный привлечь внимание туристов.

Для изучения имиджа Беларуси нами был проведен опрос среди местных и иностранных граждан. Опрос включает вопросы, которые позволяют определить уровень осведомленности граждан об агротуризме. Аудиторию исследования составили 70% женщин и 30% мужчин. Из них 90% в возрасте от 18 до 25 лет.

В результате проведенного исследования по данным опроса можно сделать следующие выводы:

- Большая часть респондентов путешествует по Беларуси раз в 2-3 года, 21,3% делают это ежегодно, при этом несколько раз в год 13,8%. И только 15% опрошенных никогда не путешествовали по стране.
- 22,5% респондентов могут доверить организацию своего сельского отдыха туроператорам, 51,3% предпочли самостоятельно организовать свой отдых и 20% вообще не хотели бы отдохнуть в сельских условиях Беларуси. Из результатов опроса видно, что уровень спроса на сельский отдых довольно велик.
- Основываясь на ответах респондентов, можно утверждать, что среди тех, кто еще не посещал агроусадьбы с туристической целью, 65% хочет посетить Беларусь в качестве агротуриста. Этот высокий показатель говорит о том, что рынок потенциальных потребителей увеличивается и теоретически каждый второй человек хочет отдохнуть в агроусадьбе.

- Большинство респондентов ассоциируют понятие агротуризм с сельским и экологическим туризмом. Из них только 15% посчитали, что агротуризм – это пеший туризм, а 7,5% решили, что это выращивание сельскохозяйственных растений. Таким образом, больше половины респондентов имеют представление об агротуризме.

- Во время отдыха в сельской местности 50% респондентов заинтересовали велотуры и катание на лошадях (иппотерапия), 40% предпочли пешие походы, 37,5% – мастер-классы у народных умельцев (приготовление национальных блюд), 32,5% отдало предпочтение походам на байдарках и катанию зимой на лыжах, санках и коньках, 26,3% предпочло знакомство с местными обычаями и фольклором. Самый низкий процент имеет участие в сельскохозяйственных работах.

- Основным предпочтением у людей является приключенческий туризм, составляющий 60%. Респонденты предпочитают активные способы передвижения и отдых на природе. Агротуризм предпочитают 25%. Туристов привлекает сельский образ жизни и ознакомление с национальными особенностями. Путешествие в природные резерваты, включающее показ природных объектов, сопровождающийся цветовой подсветкой, музыкой, театрализованными представлениями, демонстрирующими сцены из жизни аборигенов, вызвало интерес у 23,8% опрошенных. Самая маленькая доля опрошенных – 16,3% и 13,8% выбрали соответственно туры истории природы и научный туризм. Научный туризм основывается на исследованиях и наблюдениях. Однако в настоящий момент этот вид туризма недостаточно востребован.

- Путешествуя по Беларуси, 66,3% респондентов посетили бы памятники истории и архитектуры, 63,8% – национальные парки, 62,5% – замки, 43,8% – памятники боевой славы, 40% – старинные усадьбы, 38,8% – монастыри, 30% – заказники и 27,5% – агроусадьбы.

- Большинство респондентов выбрали для своего посещения такие знаменитые места, как Брестская крепость, Мирский, Лидский и Несвижский замки, Беловежская пуца, Хатынь, Полоцкий Спасо-Евфросиниевский монастырь, Ружанский дворцовый комплекс рода Сапег, агрогородок Спорово и многие другие.

- Следующий вопрос позволил определить то, чем руководствовались туристы при выборе направления: 1) рекомендации знакомых; 2) приемлемые цены; 3) реклама; 4) мировая известность; 5) другое. Наиболее популярными критериями среди респондентов являются: рекомендации знакомых (38,8%), приемлемые цены (26,3%), реклама (11,3%), мировая известность (21,3%) и другое (17,5%). Из приведенных выше данных можно сделать следующие выводы: самым высоким критерием являются рекомендации знакомых и приемлемые цены, что характеризует более высокий уровень спроса на выбор турпродукта, а такие критерии как реклама и мировая известность играют второстепенную роль.

- На вопрос, какой способ передвижения является наиболее предпочтительным для путешествий, были получены следующие ответы: личный автомобиль выбрали 73,8%, поезд – 33,8%, велосипед – 31,3%, путешествие пешком – 22,5% и самолетом – 20%. Доминирующее место занимает личный автомобиль, так как комфортность играет главную роль. На втором месте находится железнодорожный транспорт, на котором передвигаться гораздо безопаснее и дешевле. Однако изнуряющая протяженность поездки не ставит этот вид транспорта на первое место. 26,3% респондентов отдали предпочтение автобусу. Это объясняется небольшим радиусом следования данного ви-

да транспорта. Самый низкий процент – 5% – у лайнера, так как этот вид передвижения наиболее дорогой.

- В следующем вопросе респондентам предлагалось оценить качество услуг, предоставляемых агроусадьбами. Анкетные данные показали, что большая часть респондентов удовлетворена туристской инфраструктурой Беларуси, а именно питанием, обслуживанием, проживанием, экскурсиями и развлекательными мероприятиями, а так же трансфером.

- По мнению респондентов, дальнейшему развитию агротуризма в Беларуси может способствовать развитие туристской инфраструктуры на уровне мировых стандартов (68,8%), государственная поддержка (53,8%), увеличение инвестиций (41,3%), улучшение придорожного сервиса (33,8%) и другое (2,5%).

- Большинство респондентов считают Беларусь привлекательной зоной для туризма и отдыха (85%), однако признают отсутствие у страны собственного туристического бренда.

Основываясь на результатах проведенного исследования, можно утверждать, что Беларусь обладает огромным потенциалом для формирования и развития туристского бренда страны.

Туристская политика Республики Беларусь направлена, прежде всего, на продвижение национального туристского продукта, под которым следует понимать результат деятельности государства по привлечению туристов и формированию имиджа страны. В 2018 году вступил в силу Указ Президента «О развитии агроэкотуризма», который призван повысить туристическую привлекательность страны и стимулировать деловую активность населения, проживающего в сельской местности [2].

Поддержка и продвижение агротуризма приносит выгоды не только тем, кто работает в этой сфере, но и государству в целом. В первую очередь, усадьбы привлекают деньги в регион и способствуют созданию новых рабочих мест. В итоге, в регионе люди больше зарабатывают, облагораживают свой быт и становятся более активными. Таким образом, агроусадьбы не только зарабатывают на туристах, они способствуют развитию культуры в регионах и возрождают традиции белорусского народа. Все приведенные выше аргументы доказывают, что на селе можно жить и работать, что деревня может быть не забытой глушью с покосившимся забором, а уютным и ухоженным местом с чистой природой.

Не менее важный является тот факт, что агроусадьбы становятся семейным бизнесом, к которому его создатели подключают своих детей, сокращая тем самым отток молодежи из сельской местности.

Таким образом, на основе вышеизложенного можно сделать выводы о том, что туристический бренд страны формируется за счет уникального образа, обусловленного различными особенностями Беларуси. Агротуризм как туристический бренд страны – это возможность зарабатывать деньги: развивать туризм и привлекать новых инвесторов. Туристический бренд сделает Беларусь более узнаваемой и привлекательной, вызовет у туристов желание посетить нашу страну и ближе познакомиться с ее самобытностью и культурой.

Список цитированных источников

1. Что такое бренд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biznes.qoon.ru/articles/brend-eto-chto-takoe> – Дата доступа: 10.03.2019.

2. Указ Президента о развитии агроэкотуризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kodeksy-by.com/norm_akt/source-Президент%20РБ/type-Указ/365-09.10.2017.htm – Дата доступа: 10.03.2019.

ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА КАК ТУРИСТИЧЕСКОГО БРЕНДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Целью настоящей работы является изучение туристско-рекреационного потенциала Республики Беларусь.

На сегодняшний день во всем мире агротуризм является одним из популярнейших направлений в сфере туризма. Республика Беларусь в последнее десятилетие всесторонне развивает данное направление, делая сельский туризм визитной карточкой страны. В 2018 году Беларусь второй раз была признана лучшей страной для агротуризма по версии журнала National Geographic Traveler [1]. Сегодня в стране свои услуги предлагают 2473 агроусадьбы. В прошлом году агротуризм привлек больше 400 тысяч туристов и 17 миллионов рублей [2]. Представители иностранных турфирм, эксперты по туризму и простые путешественники называют белорусскую глубинку той самой изюминкой, ради которой стоит приезжать и не раз возвращаться в страну. В первую очередь иностранцев привлекает белорусская самобытность, традиции, культура и кухня. Все это туристы находят в агроусадьбах, где можно провести время с удовольствием, комфортом и пользой для своего здоровья.

Беларусь обладает всеми необходимыми предпосылками для развития агротуризма. Ландшафтно-экологическая оценка ее территории, основанная на учете различий структуры, устойчивости и функционирования природно-территориальных комплексов, показала, что 46,3% из них являются типичными, 32,8% ценными и 20,9% – уникальными. Среди других европейских стран Беларусь выделяется высокой степенью сохранности естественных ландшафтов. Один из старейших в Европе лесных массивов – Беловежская пуща, болота Полесья, Березинский биосферный заповедник имеют международное значение.

Беларусь имеет богатое историко-культурное наследие, которое составляют свыше 17,5 тысяч памятников истории и культуры, более 2,5 тысяч их них имеют национальное значение, 4 объекта включены в список всемирного наследия ЮНЕСКО.

Фольклорно-этнографический потенциал республики включает большое количество центров народных промыслов и ремесел, в том числе традиционного творчества, вышивки, гончарства, плетения и многое другое.

Важным фактором развития агротуризма является также географическое положение страны. Ежегодно в качестве транзитных пассажиров Беларусь пересекают около 10 миллионов иностранцев.

Анализ территории Беларуси показывает, что страна, благодаря разнообразию туристских и рекреационных ресурсов, благоприятному географическому положению, активно развивающейся инфраструктуре, имеет значительный туристско-рекреационный потенциал. Все это создает условия, которые при правильном подходе можно выгодно использовать для развития туристического бренда страны и получать от этого экономическую выгоду.

Список цитированных источников

1. Журнал National Geographic Traveler [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nat-geo.ru> – Дата доступа: 07.04.2019.

2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь / редколлегия: И.В. Медведева (председатель) [и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики.

К ВОПРОСУ ПЛАНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Планирование, как функция управления оказывает значительное влияние на эффективность функционирования предприятия, отрасли и всей экономики государства. Недостаточно серьезное отношение к организации планирования на предприятии, стремление к «мгновенному» решению проблем, снижение количества квалифицированных специалистов в области планирования приводит к существенным проблемам в функционировании как предприятий, так и отрасли в целом.

В отечественной литературе экономический потенциал трактуется по-разному – от чрезвычайно узкого его понимания как годового объема производства продукции до таких всеобъемлющих категорий, как социально-экономическая система. В современных публикациях термин «экономический потенциал» чаще встречается применительно к макроэкономике и является многоуровневым и многоаспектным объектом исследования, который по признаку обособления производительных сил можно разделить на потенциалы страны, отрасли, региона или предприятия. Экономический потенциал предприятия можно обозначить, как способность самого предприятия к дальнейшей деятельности, опирающаяся на имеющиеся необходимые ресурсы.

Показатели рыночного положения и конкурентоспособности продукции предприятия, организационно-технического и кадрового потенциала, использования ресурсов на предприятии и многие другие позволяют оценить экономический потенциал в динамике и определенным образом влияют на инвестиционную привлекательность предприятия.

Одна из наиболее значимых методологических проблем в планировании заключается в увязке друг с другом по-разному направленных планов. Как правило, система управления компанией работает в двухрежимной системе: в режимах стратегического и оперативного планирования. Но в реальной практике двухэлементная система не способна полноценно функционировать из-за постоянного изменения условий окружающей среды, поскольку существует очевидный разрыв между стратегическими долгосрочными целями и оперативными. Из этого можно сделать вывод, что было бы разумным ввести коррективы, поскольку более логично сопоставить стратегическое и тактическое (среднесрочное, краткосрочное и оперативное) планирование и сформировать многоуровневую систему управления.

Говоря о новой многоуровневой системе, необходимо обратить внимание на решение следующих проблем:

1. Процесс планирования должен быть относительно простым теоретически и практически. Его необходимо разделить на отдельные этапы. На каждом этапе определяются основные виды деятельности, ответственность и участие подразделений. Специально организационные структуры, такие как комиссии, помогут достичь стабилизации в принятии решений, связанных с планированием.

2. Необходимо предусмотреть возможность использования внутренних и внешних источников развития. Например, банковских кредитов при условии

наличия существенных причин для их использования. Они являются одним из наиболее важных источников развития предприятия.

3. В процессе составления системы планирования экономического потенциала на предприятии необходимо обратить пристальное внимание на переход от долгосрочных к среднесрочному и годовому планированию. Между тем фактор времени также важен, поскольку он обеспечивает синхронизацию годового и оперативного планирования.

4. И, в конце концов, при формировании планов для улучшения экономического потенциала следует учитывать, что реализация таких планов (стратегий) также требует использования накопленного потенциала (или определенного элемента экономического потенциала).

Таким образом, оглядываясь на вопрос взаимозависимости систем планирования и управления, можно сделать вывод о том, что стратегическое планирование является неотъемлемой частью стратегического управления и должно быть основным элементом новой системы планирования. Анализ значительного количества работ разных авторов относительно стратегического планирования, позволил определить отличительные особенности этого явления:

- преимущественно целевые [1];
- определение различных средств для достижения поставленной цели [2];
- гибкость временной ориентации;
- интерпретация будущего с помощью анализа методом пробелов между целями и результатами [3].

В то же время сущность стратегического планирования следует интерпретировать как систему всего разнообразия видов деятельности по планированию на предприятии. Это планирование включает и является обобщением долгосрочного, среднесрочного, текущего (годового), оперативного планирования. Его главная цель - принятие оперативных, текущих управленческих решений, обоснованных, прежде всего, с позиции будущего.

Как неотъемлемый элемент планирования система может быть рассмотрена в двух аспектах. Во-первых, как процесс, и, во-вторых, в результате процесса - документ. Согласно интерпретации, в качестве процесса, план характеризуется как формирование образа будущего и процесс принятия решения для успешной работы производства.

Таким образом, система повышения экономического потенциала должна включать набор различных планов и характеристик от конкретного процесса планирования, естественного для этой системы. Согласно определению Е. Лобановой, планирование – процесс, который может иметь пять этапов: прогнозирование, постановка целей, определение и выбор вариантов разработки, разработка программы действий, бюджетирование.

Термины «прогнозирование» и «долгосрочные планирование» часто рассматриваются как синонимы. Главная разница между прогнозом и долгосрочным планированием заключается в том, что прогнозирование означает попытку предсказать, насколько это возможно, экономические, политические, правовые ситуации в будущем. Прогнозирование может привести к формированию перспективы экономического развития страны, связи между данными, которые характеризуют производство, компании, отрасль, рынки сбыта, конкурентов и экономическое состояние в течение определенного периода времени. В то же время прогнозирование обеспечивает только основу, на которой программы действий будут построены позже. Цель долгосрочного планирования – это разработка состояния желаемого будущего, выраженного в частности на основе полученных прогнозов.

Таким образом, логически можно различить следующие связанные этапы планирования для экономического потенциала:

1. Этап стратегического планирования. На этом этапе должны быть проанализированы все возможности достижения целей. Рассматривается много альтернативных вариантов и выбираются оптимальные. После этого выбранные оптимальные варианты формулируются как конкретная стратегия или набор стратегий. Особенность этого этапа планирования заключается в распределении обязанностей.

2. Тактическое планирование. На этом этапе происходит трансформация общих стратегических направлений развития в цели и задачи тактических планов.

3. Мониторинг. На этом этапе происходит сбор и анализ всех данных, касающихся процессов реализации каждого этапа планирования повышения экономического потенциала предприятия. После этого, в зависимости от результатов анализа, принимается решение о необходимости исправления или изменения плана.

Для достижения большего результата можно использовать следующий подход при планировании:

Долгосрочное планирование

1. Прогнозирование.
2. Анализ окружающей среды.
3. Определение общих долгосрочных целей развития.

Стадия стратегического планирования

4. Стратегический анализ возможности реализации целей развития.
5. Приведение стратегии (альтернатива стратегия).
6. Окончательный выбор развития стратегия.

Этап тактического планирования

7. Определение тактики (программа действий).
8. Распределение хозяйственной деятельности предприятия, потенциальное повышение в среднесрочной перспективе, краткосрочные и оперативные планы.

9. Реализация хозяйственной деятельности предприятия, потенциальные программы повышения.

Мониторинг

10. Сбор данных о разработке. Результаты.
11. Оценка данных.
12. Принятие решений о возможных исправлениях.

При использовании данной системы в планировании, можно достигнуть наибольшего результата при улучшении экономического потенциала предприятия. Следует также учесть то, что использование системного подхода приведет к пересмотру всей системы планирования на предприятии, так как его реализация включает в себя разделение планов на разные уровни и дальнейшую интеграцию в единую систему. Таким образом, элементы долгосрочных и стратегических планов будут реализовываться с помощью среднесрочных, краткосрочных и оперативных планов.

Список цитированных источников

1. Гант, Н.Л. Работа, заработная плата и профили. – Нью-Йорк, 1997. – 124 с.
2. Герцберг, Ф. Мотивация к работе. Нью-Йорк, 1959. – 362 с.
3. Барро Роберт Дж. И Ксавьер Сала-и-Мартин Экономический рост, McGraw-Hill, 1995. – 236 с.

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ЗАКУПОК КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Потребность системного подхода к повышению эффективности закупочной деятельности даёт обоснование использования методов оптимизации данной деятельности в цепи поставок, а также совершенствования взаимодействия подразделения закупок с другими службами предприятия. Немалая часть расходов предприятия идёт на обеспечение процесса закупок. Полное и своевременное обеспечение предприятия сырьём и материалами нужного ассортимента и качества на основе использования действенных инструментов закупочной логистики является одним из самых значимых условий выполнения планов по производству продукции, снижению её себестоимости, росту прибыли, рентабельности.

В построенной логистической цепи каждая закупка материальных ресурсов у поставщиков прибавляет к ним определенную ценность в процессе производства, которая в дальнейшем способствует продвижению к конечному потребителю. Коммерческая деятельность предприятия включает в себя все торговые операции по приобретению материально-технических ресурсов, а также реализации производимой продукции. Благодаря выполнению этих функций, предприятие формирует определенную логистическую систему. В процессе производственной деятельности предприятие взаимодействует организациями-поставщиками, устанавливая с ними хозяйственные связи.

В данной статье было проведено исследование эффективности организации процесса закупок на примере ОАО «Брестский ликеро-водочный завод «Белалко» - один из крупнейших производителей и поставщиков ликероводочной продукции в Беларуси. Предприятие занимается производством водки, настоек, ликеров, розливом коньяков и спирта.

В процессе осуществления своей деятельности предприятие постоянно вступает во взаимоотношения с поставщиками и покупателями. Эти взаимоотношения выстраиваются в следующих направлениях:

1. Поставщики основного сырья и материалов, обеспечивающих предприятие сырьем, предназначенным для изготовления ликероводочной продукции: сиропы, зерно, травы, коренья и т. д.

2. Поставщики сырья для производственного процесса: этикетка, бутылка, колпак, термоусадка, гофрокороб.

3. Поставщики сопутствующих материальных ресурсов: топливо, горюче-смазочные материалы (ГСМ), запасные части, оборудование, спецодежда, продукты питания, канцелярские товары.

4. Поставщики, оказывающие услуги (транспортные, услуги связи, электро-снабжение, водоснабжение).

Если обобщить деятельность данного предприятия, то можно выделить три основные логистические функции: снабжение, производство, сбыт; также выполняются значимые логистические функции: поддержка стандартов качества, закупка материальных ресурсов, транспортировка, управление запасами, управление процедурами заказов, поддержка производственных процедур, информационно-компьютерная поддержка. Логистические функции выполняются службой материально-технического снабжения. Основной задачей специалистов отдела является своевременное и оптимальное снабжение производства необходимыми материальными ресурсами соответствующего качества.

Оценка эффективности закупочной деятельности предприятия предполагает выделение основных функциональных групп, системы закупок: складирование и хранение, транспортировка и т. д., а также выделение наиболее значимых для предприятия факторов, влияющих на финансовые результаты.

Обобщающим показателем, дающим количественную характеристику экономической эффективности рассматриваемой системы, будет суммарное число логистических затрат, включающее: затраты по оформлению заказа; затраты по оформлению договора о поставках и коммуникации с поставщиками; транспортные затраты, если стоимость транспортирования не входит в стоимость получаемого товара; затраты по складированию и получению заказа. Некоторые из них фиксируются в заказе и не зависят от его объема, другие – например транспортные и складские затраты – находятся в прямой зависимости от величины заказа [1].

Прибыль является основным показателем оценки эффективности функционирования логистических систем, в которой отражаются результаты всей логистической деятельности. На исследуемом предприятии наибольший удельный вес в общей структуре затрат принадлежит потерям, связанным с несоответствием закупаемой продукции заявленным требованиям. Предприятию приходится заказывать дополнительные партии, чтобы восполнить потери, что также влечет за собой дополнительные затраты на оформление заказов, содержание складов и транспортировку. В связи с существенными сбоями в поставках логистические издержки возросли в два раза. С целью оптимизации управления издержками в цепи поставок предприятия необходим повседневный анализ и контроль выполнения поставки сырья и материалов поставщиками [2].

Сырьевая база предприятия в виде бутылки, этикетки, колпака и термоусадки обеспечивается зарубежными и отечественными компаниями. Своевременная поставка всех необходимых комплектующих имеет огромное значение. В алкогольной промышленности объемы производимой продукции напрямую зависят от урожая пшеницы и ржи. Недопустимым является недопоставка таких компонентов, так как это основная составляющая производства спиртов. Также регулярная недопоставка зерновых культур ведет к расходованию страхового запаса.

Анализ основных показателей эффективности деятельности отдела материально-технического снабжения предприятия свидетельствует о нарушении поставщиками условий поставки товара. Результаты расчета показателей эффективности системы закупок предприятия приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Результаты расчета показателей, которые характеризуют эффективность системы закупок предприятия в 2017-2018 гг.

Показатель	Значение показателя за 2017 год, %	Значение показателя за 2018 год, %	Отклонение (+ -)
Доля задержанных поставок	8,3	9,1	0,8
Доля поставок несоответствующего качества	2,8	3,1	0,3
Доля заказов, доставленных не единой партией	3,9	5,1	1,2
Доля порчи продукции по вине перевозчика	0,4	0,1	-0,3
Доля поставок с задержкой в пути по вине перевозчика	1,4	1,8	0,4
Доля закупок, совершенных вовремя	98,2	98,7	0,5
Доля обслуженных заявок в числе полученных	100,0	98,0	-2,0
Затраты на выполнение одного заказа	9,6	9,4	-0,2

Задержка поставки необходимых материальных ресурсов поставщиками зачастую становится причиной нехватки сырья на предприятии и приводит к простоям производства. Снижения показателя числа полученных и обслуженных заявок указывает на то, что специалисты отдела закупок не успевают обработать все поступившие заявки, это связано с низким уровнем автоматизации процесса закупочной деятельности на предприятии. Доля задержанных поставок равняется 8,3 % за 2017 год и 9,1 % за 2018 год. Эти показатели не высоки для предприятия, производящего продукцию с неограниченным сроком хранения, при соблюдении определенных условий; несмотря на это отсутствие какого-либо из компонентов может сорвать план производства и оставить неудовлетворенным спрос заказчиков, что приведет к росту убытков, потери репутации предприятия как надежного партнера. Необходимо отметить, что в 2016 году увеличилось число поставок товара ненадлежащего качества, это свидетельствует о слабом контроле отдела закупок за организацией поставок.

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что система закупок завода неэффективна. Это отражается не только на росте материально-технических затрат, но и приводит к финансовым потерям за счет сокращения производственных мощностей и снижения производства готовой продукции.

Типичные проблемы для рассматриваемого предприятия, которые влияют на рост общих логистических затрат, включают в себя: несвоевременную доставку из-за невыполнения поставщиками условий поставки, отсутствие автоматизированной системы управления поставками, несвоевременную информацию о возможных перебоях поставок, а также большого количества времени и усилий на заключение договоров и заказов.

Повышение эффективности системы закупок на предприятии возможно за счет увеличения надежности поставщиков путем изменения системы по их выбору и проверки несоблюдения условий договора поставки.

Внедрение автоматизированной системы управления в отделе материально-технического снабжения для улучшения информационной обеспеченности предприятия, совершенствования взаимодействия между структурными подразделениями предприятия также будет способствовать более эффективному снабжению предприятия всеми необходимыми материальными ресурсами и взаимодействию с поставщиками.

Система управления закупками для каждого предприятия зависит от специфики выпускаемой продукции, от его отраслевой принадлежности, мощности производства и т. д.

Если в результате анализа условий поставки от посредника выявляются выгодные условия, с посредником заключается договор поставки, в противном случае принимается решение об отказе от услуг посредника. Заключительный этап в основном состоит из мониторинга выполнения договорных обязательств, выполнения сроков и качества поставок.

Внедрение мероприятий, позволяющих оптимизировать процесс закупок на предприятии способствует сокращению затрат, уменьшению потерь от поставок продукции, несоответствующей по ассортименту и объему, что положительно отразится на эффективности деятельности предприятия в целом.

Список цитированных источников

1. Заруднев, Д.И. Оценка пропускной способности цепей поставок / Логистика - евразийский мост - материалы XI Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 84-89.

2. Сярдова, О.М. Основные показатели эффективности закупочной деятельности промышленного предприятия // Вектор науки ТГУ. Специальный выпуск. – 2010. – № 1. – С. 39-41.

НЕОБХОДИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

В современных рыночных условиях ни одно коммерческое предприятие не может успешно работать и вести дела без рекламы и продвижения продукции. Для получения прибыли необходимо постоянно разрабатывать методы и мероприятия по созданию широкой известности продукции предприятия, мероприятия для привлечения потребителей, покупателей.

Продвижение товара как неотъемлемая часть маркетинга представляет собой: формирование политики в области стимулирования сбыта, продвижение товара; выбор, планирование и управление инструментами стимулирования сбыта; разработка мер, направленных на увеличение продаж и т.д.

ОАО «Брестский мясокомбинат» – одно из крупнейших предприятий мясо-молочной промышленности Республики Беларусь. Основным видом деятельности является переработка сельскохозяйственного сырья, производство мяса и субпродуктов, колбасных изделий и полуфабрикатов.

В 1995 году Брестский мясокомбинат путем акционирования изменил форму собственности. На сегодняшний день это открытое акционерное общество, 52,04% акций которого принадлежат государству. Своим акционерам предприятие выплачивает дивиденды в размере 20% прибыли, дивиденды государству поступают в областной бюджет. В настоящее время Брестский мясокомбинат – бюджетообразующее предприятие области.

Стратегия ОАО «Брестский мясокомбинат» – занять лидирующее положение среди профильных предприятий Республики Беларусь по объемам производства и его эффективности, а также в области качества. Разработке стратегии, как правило, предшествуют различные маркетинговые исследования, например, ВНТ.

Brand Health Tracking (Исследование здоровья бренда) – это трекинговое маркетинговое исследование, которое позволяет получить в динамике информацию об известности бренда, его положении на рынке, конкурентоспособности, имидже, репутации, лояльности потребителей и многое другое. На основе ВНТ можно построить потребительскую воронку бренда (или воронку продаж), карту силы бренда для анализа конкурентов.

По результатам проведенного мясокомбинатом ОАО «Брестский мясокомбинат» в декабре 2018 года исследования здоровья бренда незначительное снижение показателей спонтанного знания и знания с подсказкой бренда «Брестский мясокомбинат» в целом. Незначительное сокращение уровня знания связано со снижением рекламной активности на телевидении в 2018 году, а также с активностью конкурентов, таких как ОАО «Гродненский мясокомбинат», ОАО «Волковысский мясокомбинат».

В рамках исследования разрабатывается пирамида здоровья бренда, показывающая, как по определенным уровням перемещается потребитель в своих предпочтениях. Уровни пирамиды здоровья бренда:

1. Знание: знание о бренде из различных источников, начало взаимоотношения потребителя с брендом;
2. Актуальность: бренд актуален для покупателя, покупатель рассматривает данный бренд в качестве покупки;

3. Покупка: осуществляется фактическая покупка бренда;
4. Связь: покупатель «связан» с брендом (частота покупки выше среднего, покупателю нравится данный бренд, бренд соответствует покупателю);
5. Лояльность: покупатель лоялен к бренду (высокая частота покупки, приоритетная актуальность бренда, высокая оценка бренда и готовность рекомендовать бренд [1]).

Анализ маркетингового отдела ОАО «Брестский мясокомбинат» показал, что бренд «Брестский мясокомбинат» остается одним из наиболее «сильных» среди брендов мясной отрасли в пирамиде здоровья бренда. Его лидирующие позиции объясняются высоким уровнем известности и приверженностью среди респондентов. По результатам исследований «Исследование здоровья бренда» и ритейл-аудита основными конкурентами ОАО «Брестский мясокомбинат» по колбасным изделиям на рынке Республики Беларусь являются ОАО «Гродненский мясокомбинат», ОАО «Волковысский мясокомбинат», ОАО «Слонимский мясокомбинат», ОАО «Белатмит», в Брестской области дополнительно ОАО «Березовский мясокомбинат».

Однако, несмотря на хорошие показатели в пирамиде здоровья бренда, в 2018 году из-за снижения рекламной активности и увеличения активности конкурентов все же произошло незначительное падение основных показателей «здоровья бренда». Учитывая этот факт, для поддержания и увеличения «силы бренда» в 2019 году необходимо увеличить инвестиции в коммуникационную политику.

В группу потребителей изделий ОАО «Брестский мясокомбинат» внутри страны входят: государственные предприятия торговли, коммерческие структуры, крупный сетевой ритейл, организации бюджетной сферы – учреждения образования, здравоохранения, воинские части.

Привлечение новых потребителей за пределами Республики Беларусь с каждым годом приобретает все более важное значение для успешной деятельности Брестского мясокомбината. В рамках стратегии по расширению географии реализации продукции, зона интересов предприятия распространяется все дальше на Запад и все больше на Восток.

На Востоке для ОАО «Брестский мясокомбинат» одной из важных стран-партнеров является Китай. Однако существуют определенные барьеры для экспорта товаров и услуг в КНР. Один из самых главных барьеров – сертификация AQSIQ, подтверждающая право мясокомбината поставлять на китайский рынок мясную продукцию. Данный барьер является препятствием также и для многих других производителей мясомолочной продукции Республики Беларусь.

AQSIQ – General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine – является ведомством на уровне министерства под управлением Госсовета КНР, которое отвечает за качество, метрологию, инспекцию товаров при экспорте и импорте, безопасность пищевых продуктов, перемещению и карантину животных и растений. AQSIQ управляет провинциальными инспекциями по качеству и техническому надзору [2].

Часть стандартов AQSIQ вызывают в Беларуси наибольшее количество вопросов, что также является барьером для экспорта товаров в КНР.

Главный фактор, который препятствует сертификации, – это то, что стандарты по убою животных в Китае и в Беларуси сильно отличаются. Главное требование КНР – при убое не должно происходить никаких пересечений между разделом мяса свиней и КРС (крупнорогатого скота). Убой проводится не просто в разные дни или после дезинфекции. Нужна даже не отдельная производственная линия, а отдельный цех: чтобы от входа животных до вы-

хода мясной продукции и ее хранения не допустить никаких точек соприкосновения. Без соблюдения этого стандарта получить государственный сертификат КНР на поставки невозможно. Поэтому, пока на ОАО «Брестский мясокомбинат» не будет построен отдельный цех по убою свиней или КРС, экспорт товаров в Китай не будет производиться.

Поэтому рассмотрено предложение оборудовать отдельный цех по убою КРС. Учитывая, что каждый год на выставке SIAL China, проходящей в городе Шанхай, мясокомбинату удается привлекать для начала небольшое количество новых партнеров для сотрудничества, ОАО «Брестский мясокомбинат» следует в ближайшем будущем оборудовать отдельный цех для расширения возможностей и поставок в направлении Востока. Расчеты затрат подобного мероприятия показали, что это экономически эффективно. Данное мероприятие позволит получить в дальнейшем дополнительную прибыль, новых контрагентов и потребителей из разных провинций Китая, дополнительный зарубежный большой рынок сбыта.

Создание отдельного цеха позволит мясокомбинату в один день заниматься убоем не только свиней, но и КРС одновременно, что на данный момент невозможно, так как в цеху убой скота разного вида происходит в разные дни. Что значительно повысит все финансовые показатели предприятия.

Выставочная деятельность на территории Китая поможет привлечь новых контрагентов, подписать с ними контракт и начать плодотворное сотрудничество, что является для предприятия одной из главных задач. Оборудование отдельного цеха под разделку говядины поможет пройти предприятию сертификацию AQSIQ, полноценно работать и заниматься экспортом продукции на Восток.

Список цитированных источников

1. Четыре вида продвижения товаров в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/> - Дата доступа: 17.04.2019.

2. Сертификация и регистрация импортной продукции в Китае [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ruchina.org/china-article/china/1154.html> – Дата доступа: 24.04.2019.

УДК 331.5

Хотько Т. А., Вышинская В. М.

Научный руководитель: ст. преподаватель Будурян Т. А.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Основным источником экономического роста страны является труд. Он дает возможность людям полноценно участвовать в жизни общества, формирует чувство собственного достоинства и значимости. Благодаря труду человек не только обеспечивает материальное благосостояние, но и накапливает знания, опыт, которые служат основой для культуры и цивилизации, раскрепощает потенциал, творческое начало человека. Поэтому проблеме труда, формированию институтов рынка труда, соответствующих социально ориентированной экономике, уделяется значительное внимание. Рынок труда — это совокупность экономических отношений, связанных с отношениями купли-продажи специфического товара - рабочей силы, на котором совершается обмен труда на заработную плату.

Рынок труда является одним из наиболее сложных, т. к. его специфика состоит в том, что объектом контрактов выступает сам человек, его способность к труду. Формирование белорусского рынка труда начинается с 1991 г. За этот период созданы нормативно-правовая база его регулирования, государственная служба занятости, организован мониторинг рынка труда, разрабатываются и ежегодно реализуются государственная и региональная программы занятости населения, оказывается широкий спектр услуг гражданам, обратившимся по вопросу трудоустройства или за консультацией в органы государственной службы занятости. Основными ориентирами белорусского рынка труда являются поддержание высокого уровня занятости населения, снижение безработицы и рост заработной платы.

Рынок труда в Республике Беларусь развивается под воздействием следующих факторов:

- сложная демографическая ситуация (процесс старения, особенно в сельской местности);
- снижение потребности в рабочей силе под воздействием инновационной модели развития, перехода на постиндустриальную стадию развития;
- возрастание роли человеческого капитала в обеспечении устойчивости развития экономики, возрастанию роли знаний, качества рабочей силы, приводящее к формированию института корпоративной социальной ответственности бизнеса;
- сохранение негативных тенденций в использовании трудового потенциала (в условиях формирования постиндустриальной экономики необходимо перераспределить трудовые ресурсы из сферы производства в сферу услуг);
- утечка квалифицированной рабочей силы в Россию и другие страны как результат невысокого размера зарплаты и пособий по безработице, государственной политики сохранения уровня занятости;
- важнейшие компоненты самонастройки рынка труда (зарплата, уровень духовных потребностей) не приведены в соответствие со стоимостью рабочей силы, что изначально деформирует его.

Анализ изменений в сфере занятости и рынка труда республики за период с 2010 по 2017 гг. позволил выделить наиболее характерные особенности и тенденции его развития в условиях переходной экономики. За последние 7 лет число занятых уменьшилось с 4703,0 тыс. человек в 2010 г., до 4353,6 в 2017 г., хотя в разрезе лет наблюдался вариационный характер. Динамика трудовых ресурсов в Республике Беларусь представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика трудовых ресурсов в Республике Беларусь [1]

Года	Всего, тыс. человек	В том числе, тыс. чел.		Уровень участия в рабочей силе (рабочая сила к численности населения в трудоспособном возрасте), в процентах
		занятые	безработные, зарегистрированные в органах по труду, занятости и социальной защите	
2010	4 742,2	4 703,0	39,2	81,4
2011	4 722,7	4 691,2	31,5	81,8
2012	4 640,6	4 612,1	28,5	81,2
2013	4 601,8	4 578,4	23,4	81,4
2014	4 572,8	4 550,5	22,3	81,8
2015	4 537,3	4 496,0	41,3	82,1
2016	4 450,9	4 405,7	45,2	81,4
2017	4 387,3	4 353,6	33,7	80,3

В Республике Беларусь сохраняется устойчивая тенденция превышения численности женщин, работающих в экономике. В 2017 г. в организациях республики работало 55,2% женщин и мужчин 44,8 %. В таких отраслях, как образование, финансы, кредит и страхование, здравоохранение, торговля и общественное питание, культура, работают преимущественно женщины (67–86 % общей численности занятых). В то же время в строительстве 82 % работников – мужчины; в горнодобывающей промышленности – 78 %; водоснабжение, сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений – 69 %, в транспорте – 64 %, что обусловлено традиционно сложившимся преобладанием «мужских» специальностей в этих отраслях.

Для Беларуси, по данным выборочного обследования, уровень занятости населения республики в 2018 году был на уровне 67,5%, в том числе среди населения, находящегося в трудоспособном возрасте – 83%.

Согласно статистике, в 2018 году большинство занятых трудилось в промышленности. На ее долю в прошлом году приходилось 23,5% от общей численности занятого населения. На втором месте по количеству работников торговая отрасль, ремонт автомобилей и мотоциклов, там занято 14,4% работников. В сфере услуг было занято 60,9% работающих людей. Причем количество женщин в два с лишним раза превышает число работающих там мужчин – 68,5%.

В 2017 году средний возраст работающего населения составил 41,7 лет, у мужчин этот показатель равен 42,0 лет, а у женщин – 41,4 лет. Самую многочисленную группу среди работающих, как женщин, так и мужчин, составляют лица в возрасте 30 – 39 лет, то наиболее сформировавшаяся часть рабочей силы, обладающая опытом работы, более высокой интенсивностью труда, способностью адаптироваться к меняющимся потребностям рынка труда, включая изменения профиля работы и переквалификацию. Важным является качественный показатель трудовых ресурсов – уровень образования, по которому наблюдается достаточно благоприятная тенденция. В 2010 г. доля работников с высшим образованием составляла четверть всего занятого населения (25,4%) и по сравнению с 2017 г. этот показатель увеличился до 33%, что является серьезным достижением. Стоит отметить, что положительная динамика имеет место и у мужчин, и у женщин. Сохраняется устойчивая тенденция большего количества женщин с высшим и средним специальным образованием (37,3% и 26,0%), чем аналогичные показатели у мужчин (27,7% и 17,9%).

В 2018 году средний возраст занятых – 40,6 года. Больше всего было работников в возрасте от 30 до 34 лет, их 91,5%. Удельный вес молодежи в возрасте до 31 года составил всего 24,2% [2].

Наибольшее количество работников, имеющих высшее образование, сосредоточено в финансовой и страховой деятельности (75,1%), информация и связь (73,3%), профессиональная, научная и техническая деятельность (72,8%), государственное управление (72,4%), сфере образования (55,7%), творчество, спорт, развлечения и отдых (более 40,2%) . В перспективе следует ожидать дальнейшего повышения требований со стороны нанимателей к качеству кадров. Уже сейчас рынок труда предъявляет к специалистам с высшим образованием такие требования, как умение пользоваться персональным компьютером, общение с людьми, работать в команде, самостоятельность в анализе производственных ситуаций, знание иностранных языков, нормальное состояние здоровья, т. п.

За 2018 год номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников в Беларуси без учета микро- и малых организаций без ведом-

ственной подчиненности составила 958,1 рубля. По областям и г. Минску в 2018 г. (без учета микро- и малых организаций; без ведомственной подчиненности; рублей) она составила:

1. г. Минск – 1330,7;
2. Минская область – 960,4;
3. Гомельская – 862,5;
4. Брестская – 831,3;
5. Гродненская – 829,6;
6. Витебская – 811,2;
7. Могилевская – 802,9.

Для совершенствования государственного регулирования спроса и предложения на рынке труда можно выделить следующие направления:

1. Организация практики для безработных, закрепив свои знания на практике и приобретя опыт в своей сфере деятельности, они будут более конкурентоспособными и квалифицированными.

2. Информирование людей посредством современных информационных технологий, СМИ.

3. Введение новых форм неполной, краткосрочной занятости.

4. Предусмотрение региональной децентрализации и заключение тарифных соглашений на уровне предприятий (в рамках коллективных договоров).

5. Создание системы образования, соответствующей потребностям личности, общества и государства.

6. Обеспечение такой системы управления подготовкой специалистов с высшим профессиональным образованием, чтобы она соответствовала условиям складывающегося рынка труда.

7. Укрепление связи высшей школы с бизнесом, ее ориентацию на текущие требования рынка труда.

8. Развитие практики государственного заказа на специалистов в соответствии с прогнозными оценками рынка труда, исследованиями конъюнктурной ситуации на рынке труда.

Механизм развития рынка труда должен предусматривать формирование перспективных качеств в специалистах, которые позволяют согласовать интересы всех участников рынка труда: общества, обеспечивающего социально-экономическую стабильность; работодателя, решающего свои кадровые проблемы; выпускника, решающего проблему трудоустройства; высшего учебного заведения, желающего на основе выпуска востребованных рынком специалистов повысить свой престиж и получить определенные средства для улучшения материального обеспечения учебного процесса. Человеческий капитал является важнейшим ресурсом для обеспечения наилучшего развития экономики. Следовательно, неотъемлемой чертой современной экономики, предполагающей государственное регулирование рынка труда, является приведение системы подготовки специалистов с высшим профессиональным образованием к потребностям рынка труда.

Список цитированных источников

1. Численность рабочей силы по областям и г. Минску [Электронный ресурс] / – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 06.05.2019.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / – Минск, 2017. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 06.05.2019.

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях конкурентные преимущества экономики и возможности ее модернизации в значительной степени связаны с накопленным и реализованным человеческим капиталом. Именно люди с их образованием, квалификацией и опытом формируют границы и возможности технологической, экономической, социальной модернизации общества, позволяют сократить отставание национальной экономики от экономически развитых государств и обеспечить региональное лидерство. В то же время в Республике Беларусь человеческому капиталу как фактору инновационного развития уделяется лишь незначительное внимание. Основной акцент ставится на развитие инновационной инфраструктуры, на формирование эффективных институтов и повышение эффективности национальной инновационной системы. Однако такой "технический" подход к проблемам национальной экономики и недооценка роли человеческого капитала не способны обеспечить качественный скачок, необходимый для устойчивого развития экономики и перехода к новому уровню инновационного развития.

Развитие инновационных процессов в республике связано с осознанием того, что конкурентоспособность человеческого ресурса является основным фактором научно-технических нововведений, решающим условием выживания и устойчивого развития большинства предприятий. Следует признать, что единственным стабильным фактором эффективности современной организации является конкурентоспособность ее персонала. Опора на конкурентоспособность персонала – это путь к экономическому росту предприятия и национальной экономики в целом.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы управления человеческими рассматриваются еще с середины XX века в трудах Т. Шульц и Г. Бекера по формированию теории человеческого капитала, хотя родоначальниками ее следует считать классиков трудовой теории стоимости - А. Смита и К. Маркса. К. Маркс рассматривает вопрос стоимости рабочей силы, что и определяет основу анализа человеческого капитала. С конца XX - начала XXI в. количество исследователей человеческого капитала как в зарубежной, так и в отечественной литературе растет. Среди известных ученых, исследующих данную проблематику, выделяют работы А. Гришнова, В. Ковалевой, М. Семикиной, Л. Михайловой, Э. Либановой и др.

В настоящее время на рынке труда существует высокий спрос на высококвалифицированных специалистов, в связи с этим устанавливается высокий уровень конкурентоспособности персонала. Поэтому направленность воздействия на трудовой потенциал работников во многом определяет вектор экономического развития как отдельного предприятия, так и страны в целом. Повышение уровня конкурентоспособности современных предприятий на внутреннем и внешнем рынках является одним из приоритетных направлений их деятельности. В Республике Беларусь в условиях ускорения бизнес-процессов и усиления конкуренции в результате выхода отечественных компаний на международный рынок, все большую актуальность приобретает проблема обеспечения стратегической конкурентоспособности организации. В то

время как стоимость оборудования в процессе эксплуатации снижается, стоимость человеческого капитала повышается.

Путем систематизации и обобщения имеющихся в научной литературе понятий и определений в качестве целостного понятия конкурентоспособность персонала может быть принято следующее: конкурентоспособность персонала – это взаимосвязанное единство мотивационных, квалификационных, личных и деловых характеристик, которые обеспечивают высокий уровень теоретической подготовки специалиста, владение практическими навыками своей профессии, широкий диапазон знаний смежных областей, адаптивность в профессиональной среде, соответствие требованиям работодателя и баланс сил душевных и физических.

Наличие персонала высокой конкурентоспособности и компетентности делает организации практически недостижимыми для конкурентов, которые, обладая передовой техникой и технологией, обычно не в состоянии использовать их с высокой отдачей. Таким образом, необходим комплексный подход к изучению проблемы конкурентоспособности персонала на внутреннем и внешнем рынке труда организации.

Конкурентоспособность работника рассматривается как показатель сегментации наемных работников по уровню их потенциальной и фактической эффективности труда и способности к профессиональному развитию. Происходит отбор наиболее способных работников с точки зрения соответствия их человеческого капитала качества труда. Система показателей конкурентоспособности персонала предприятия включает:

- базовые показатели, определяющие потенциальную и фактическую эффективность труда, то есть показатели, связанные с социально-демографическими, психофизиологическими и мотивационными особенностями рабочей силы, а также определяют уровень и содержание знаний, умений, навыков, полномочий работника;

- частные показатели, отражающие желания и предпочтения работодателей в рабочей силе и качестве труда, то есть характеризующих меру рыночных потребностей в способности к труду, а также обусловлены возможностями обеспечения доходности труда, восприятия новой информации, улучшения профессиональных знаний, самоинвестирования в человеческий капитал, потенциалом коммуникативных связей в определенном виде деятельности [1].

Конкурентоспособность трудовых ресурсов – это комплекс характеристик трудоспособного населения, определяющих успех его участия в социально-экономической деятельности той или иной территории. Эта конкурентоспособность характеризуется выгодными различиями совокупной рабочей силы по степени и по расходам удовлетворения рыночной потребности в трудовой деятельности. Итак, конкурентоспособность на рынке труда характеризует основные свойства человеческого капитала, определяет степень удовлетворения рыночной потребности в труде.

Поэтому на рынке труда выделяют четыре концептуальных момента, которые характеризуют сущность конкурентоспособности человеческого капитала:

1. Потребность в рабочей силе в самом общем виде определяется потребностью работодателей в работе, необходимостью удовлетворения рыночных потребностей в товарах и услугах;

2. Категория "человеческий капитал" выражает отношения по активизации экономического ресурса «труд» с целью получения дохода, прибыли. Человеческий капитал подобно физическому капиталу обеспечивает своему владельцу высокое качество труда;

3. Соответствие объема и структуры человеческого капитала количества и качества труда устанавливается при обмене и использовании рабочей силы;

4. Инвестиции в человеческий капитал определяют долгосрочное влияние на производственно-коммерческий процесс, и их отдача распределяется в то время, в течение которого работники заняты выполнением целесообразной деятельности [2].

Оценку конкурентоспособности персонала (КПС) следует осуществлять исходя из его качественных и количественных конкурентных преимуществ.

Комплексная оценка конкурентоспособности работников может осуществляться как силами сотрудников службы управления персоналом, так и с привлечением сторонних специалистов из консалтинговых организаций, оказывающих услуги в этом направлении.

Для оценки конкурентоспособности работников на внутрифирменном рынке труда используется методика А. Н. Кары [3], предполагающую использование ряда количественных и качественных показателей, веса которых определяли эксперты. В процессе исследования выделяются единичные показатели конкурентоспособности работников, влияющие на конечный результат деятельности, – как в количественном отношении, так и в качественном.

Конкурентоспособность предприятия по показателям использования человеческого капитала базируется на определении уровня конкурентоспособности системы управления персоналом и включает:

- оценку эффективности использования трудовых ресурсов предприятия;
- расчет уровня организации труда управленческого персонала;
- оценка эффективности использования кадрового потенциала предприятия путем вычисления эффективности затрат на персонал и срока окупаемости капиталовложений;
- изучение характеристик персонала, их анализ с помощью показателей статистики численности;
- определение уровня конкурентоспособности персонала по конкурентным преимуществам специалистов, выраженных развитием индивидуальных качеств;
- определение уровня конкурентоспособности системы управления персоналом и уровня конкурентоспособности системы менеджмента предприятия в целом.

Отсюда новые приемы в развитии конкурентоспособности персонала появляются в результате инноваций и творческого изучения, систематизации, обобщения и оценки функционирования различных субъектов рынка труда. Воспринимая другие рыночные субъекты в качестве отправной точки для своих собственных подходов, организация разрабатывает и реализует новые производительные стратегии поведения на внутреннем рынке труда. Привлечение чужого опыта позволяет ускорить свой прогресс, усиливаются возможности предприятия, организации для достижения синергетического эффекта в процессе управления конкурентоспособностью наемного персонала.

Список цитированных источников

1. Конкурентоспособность управленческого персонала предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://i-biz.com.ua/menedzhment-2/konkurentosposobnost-upravlencheskogo-personala-predpriyatij-nachalo.html>. – Дата доступа: 05.04.2019.

2. Сотникова, С.И. Конкурентоспособность рынка труда: генезис социально-экономического содержания [Электронный ресурс] / С.И. Сотникова. - Режим доступа: <http://www.rhr.ru/index/jobmarket/russia/> – Дата доступа: 05.04.2019.

3. Кара, А.Н. Оценка конкурентоспособности специалистов на региональном рынке труда: теория, методология, практика: дис. д-ра экон. наук. – Москва, 2012. – 391 с

ГРАВИТАЦИОННЫЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОЕКТА «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»

Значимое место в международной экономической интеграции занимает внешняя торговля, благодаря которой преодолевается ограниченность ресурсов и узость внутреннего регионального и национального рынка, создается возможность организации массового производства, повышается степень загрузки оборудования, возрастает эффективность внедрения новой техники и технологий, увеличиваются накопления, темпы экономического роста, более рационально используются ресурсы стран. Для моделирования торгово-экономической интеграции используются гравитационные модели.

Основной идеей, стоящей за подходом гравитационной модели торговли, является внешнеторговый оборот, который находится в прямой зависимости от экономического потенциала торгующих стран и в обратной – от расстояния между ними. Именно размер экономики определяет спрос и предложение, а расстояние между партнерами важно с точки зрения издержек на торговлю товарами, которые растут с увеличением расстояния между странами [1].

Важнейшими экономическими показателями внешнеэкономического потенциала, являются: объем производства ВВП, в том числе на душу населения; удельный вес экспорта товаров и услуг в ВВП; доля экспорта промышленных товаров в общем объеме экспорта товаров; платежный баланс страны.

По объему производства ВВП (на душу населения; в долларах США) Республике Беларусь принадлежит 4-е место среди стран Содружества (после России, Казахстана и Туркменистана), по данным WorldBank [2].

В мире по производству ВВП республика находится на 79 месте (по ППС – 68 место) из 200 стран [3]. За 2018 год общий объем внешней торговли товарами и услугами составил 5853,1 млн долл. США, что на 2,69 % ниже, чем в 2017 году (таблица 1).

Таблица 1 – Внешняя торговля товарами и услугами Республики Беларусь за 2017-2018 года (млн долларов США)

Показатели	январь 2018 г.	январь 2019 г.	январь 2019г. к январю 2018г., %	Справочно: (по уточненным данным)	
				декабрь 2018 г.	декабрь 2018г. к декабрю 2017г., %
Внешнеторговый оборот товаров и услуг	6 015,3	5 853,1	97,3%	7 188,1	95,9%
Внешнеторговый оборот товаров	5 055,6	4 851,8	96,0%	5 824,0	94,6%
Экспорт товаров (в ценах ФОб)	2 475,1	2 422,5	97,9%	2 662,8	95,8%
Импорт товаров (в ценах ФОб)	2 580,5	2 429,3	94,1%	3 161,2	93,6%
Сальдо внешней торговли товарами	-105,4	-6,8	6,5%	-498,4	83,3%
Внешнеторговый оборот услуг	959,7	1 001,3	104,3%	1 364,1	101,7%
Экспорт услуг	596,6	665,2	111,5%	825,9	103,4%
Импорт услуг	363,1	336,1	92,6%	538,2	99,3%
Сальдо внешней торговли услугами	233,5	329,1	140,9%	287,7	112,0%

Источник: [8]

Транспорт и связь – это один из ключевых сегментов сферы услуг. В настоящее время в сфере услуг занято 60,48% работающего населения, доля транспорта и связи в ВВП и численности занятых составляет более 6,9 %, а в стоимости основных средств – более 21 %.

Беларусь находится на перекрестке транспортных маршрутов, связывающих государства Западной Европы с двумя мощными рынками: России и Китая, а также страны Черноморского побережья со странами Балтийского моря, эффективное использование потенциала транспортно-логистических услуг должно быть приоритетной экономической задачей [4].

В торговом сотрудничестве с Китаем отмечается положительная динамика, связанная с изменением структуры белорусского экспорта: расширяется товарная номенклатура, снижается зависимость от экспорта сырьевых товаров и нефтехимии. В 2015 г. Китай вошел в тройку основных торговых партнеров республики.

В 2018 году товарооборот между странами вырос на 20%, белорусский экспорт – на 18%. После завершения важного этапа аккредитации белорусских производителей мясомолочной продукции новым драйвером роста белорусского экспорта становится сельхозпродукция. За 11 месяцев 2018 года поставки молока выросли в 6 раз, общий экспорт пищевой продукции в 5 раз, доля сельхозпродукции в общем экспорте выросла до 15%.

Беларусь создает наиболее благоприятные условия для транзита, что подтверждается статистикой: с 2015 по 2017 год количество проходящих через Беларусь поездов увеличилось в 10 раз (2742). Кроме того, Беларусь стала первой европейской страной, наладившей постоянную загрузку поездов, возвращающихся из Европы в Китай, высококачественной сельхозпродукцией [7].

Республика Беларусь в числе первых поддержала инициативу Председателя КНР Си Цзиньпина о возрождении Великого Шелкового пути и концепцию «Один пояс и один путь».

Председатель КНР Си Цзиньпин во время своего визита в нашу страну в мае 2015 г. отметил, что Беларусь обладает уникальными преимуществами для развития Экономического пояса Шелкового пути, поскольку страна расположена одновременно и в центре Европы, и на Шелковом пути. При этом главная роль – узловой платформы – отводится Индустриальному парку «Великий камень», который Председатель Китая образно назвал жемчужиной Экономического пояса Шелкового пути [5].

Развитие железнодорожных транспортных услуг способствует торговле между Китаем и странами вдоль Экономического пояса Шелкового пути, которые таким образом получают выгоду не только от транзита, но и от совершенствования транспортно-логистической инфраструктуры, стимулирования экономического развития регионов, увеличения транспортной доступности.

Для проведения экономической политики весьма существенным является понимание механизмов и ограничений международной торговли, факторов, которые влияют на объемы и маршрутизацию (выбор конкретных схем доставки) торговых потоков. Одной из наиболее популярных эконометрических моделей (спецификаций), которая может быть получена из многих классических теорий торговли и которая пытается выявить указанные факторы, является гравитационная модель внешней торговли [6].

Основная идея, стоящая за подходом гравитационной модели торговли, состоит в том, что объем экспорта одной страны в другую прямо пропорционален экономическим размерам этих стран, в силу того, что именно их размер определяет, соответственно, предложение и спрос на экспорт, и обратно про-

порционален расстоянию между этими странами, так как издержки на торговлю товарами растут с расстоянием между партнерами. Термин «гравитационная модель» связан с тем, что эта идея имеет определенное сходство с идеей ньютоновской гравитации: тела притягиваются с силой, пропорциональной их массе и обратно пропорциональной квадрату расстояния между ними.

Для прогнозирования товарных потоков между странами наиболее часто используются гравитационные модели Я. Тинбергена (1) и Х. Линнемана (3) [1].

50 лет назад Ян Тинберген первым провел аналогию с Законом всемирного тяготения Ньютона, чтобы описать модели двусторонних совокупных торговых потоков между странами А и Б, которые «прямо пропорциональны ВВП этих стран и обратно пропорциональны расстоянию между ними»,

$$T_{A,B} \propto \frac{(GDP_A)^{a_1} (GDP_B)^{a_2}}{(Dist_{AB})^{a_5}}, \quad (1)$$

где $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_5 \approx 1$. T – товарооборот (X_{ij}), GDP – ВВП стран (Y_{ij}), $Dist$ – расстояние между странами (D_{ij}).

С помощью преобразования приведем модель к линейному виду:

$$X_{ij} = a_0 (Y_i)^{a_1} (Y_j)^{a_2} (D_{ij})^{a_5} = \varepsilon, \quad (2)$$

где a_0 – свободный член уравнения; ε – случайная ошибка.

В данном случае в качестве переменной, моделирующей транспортные издержки, используется географическое расстояние между торговыми партнерами. Одной из потенциальных областей применения гравитационных моделей внешней торговли является объяснение и прогнозирование объемов торговых потоков.

Модель Х. Линнемана имеет более общий вид:

$$X_{ij} = a_0 (Y_i)^{a_1} (Y_j)^{a_2} (N_i)^{a_3} (N_j)^{a_4} (D_{ij})^{a_5} (A_{ij})^{a_6} (P_{ij})^{a_7} + \varepsilon, \quad (3)$$

где, N_i, N_j – численность населения; A_{ij} – любой другой фактор, благоприятствующий либо препятствующий торговле (например, наличие границ либо антидемпинговых режимов в одной из стран); P_{ij} – торговые преференции, существующие между государствами (в случае отсутствия преференциальных соглашений $P_{ij} = 1$, в противном случае $P_{ij} = 2$).

В рамках данной статьи построена гравитационная модель торговых потоков по маршруту из Китая в Германию через Республику Беларусь.

Для данного расчета применим данные ВВП стран-участниц Шелкового пути и данные о расстоянии между столицами этих стран, выхода к морю (*landlocked_{ij}*), наличия общих границ (*contig*).

Маршрут для сухопутного пути пролегает по железной дороге через Китай – Казахстан – Россию – Беларусь – Польшу – Германию.

В целях прослеживания изменений объема товарооборота между странами расчеты произведены в динамике за 10 лет (по данным за 2007 – 2016 гг.).

Согласно полученным данным при расчете товарооборота Республики Беларусь и странами-участницами Шелкового Пути, выявили следующую динамику:

$$X_{ij} = (D_{ij})^{-1,400} (Y_i)^{-0,617} (Y_j)^{2,041} (landlocked_{ij})^{7,013} contig^{2,729},$$

$$R^2 = 0,862.$$

Отметим, что, исходя из значения коэффициента детерминации (R^2), равен 0,862, означает, что данная модель имеет достаточно высокую точность. Исходя из этого расчета, можно сделать вывод, что при увеличении ВВП стран-участниц на 1%, их экспорт вырастет на 2,041%, и при увеличении ВВП Беларуси на 1%, экспорт республики уменьшится на 0,617% (рисунок 2). Такая зависимость может свидетельствовать о небольшой номенклатуре товаров, которую Беларусь может поставлять на экспорт в данные страны, т. к. на данный момент в Китай экспортируются грузы, исключительно поставляемые контейнерными поездами. Однако при расширении транспортных возможностей, Беларусь может нарастить номенклатуру поставляемых товаров.

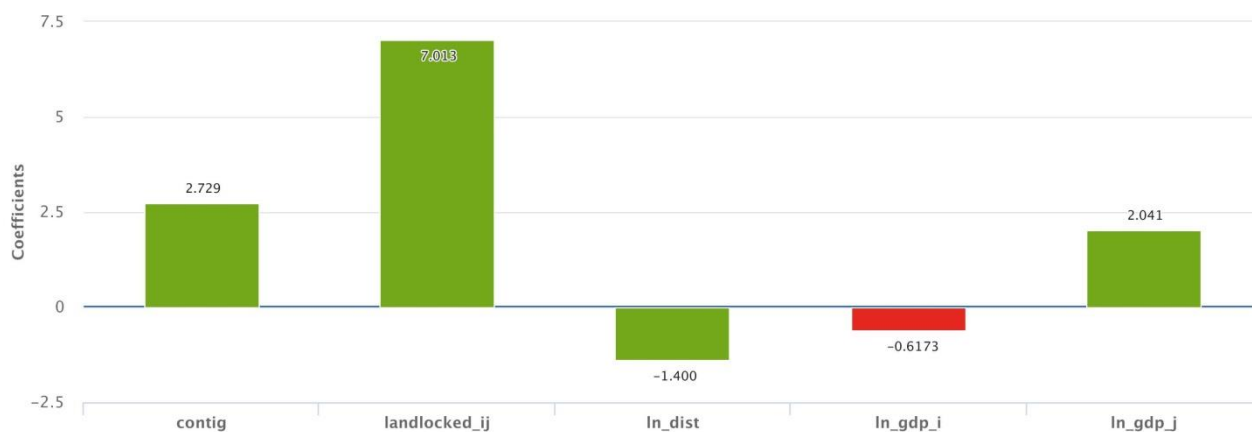


Рисунок 2 – Результаты расчета товарооборота между Республикой Беларусь и странами-участницами проекта Экономический пояс Шелкового Пути [9]

Для Беларуси проект Экономический пояс Шелкового Пути представляет стратегически важное значение, он позволит Беларуси нарастить свой потенциал как транзитное государство, привлечь инвестиции в развитие логистического сервиса, откроет новые возможности для Белорусского экспорта товаров, как в Китай, так и в страны ЕС, что, несомненно, положительно отразится на экономике.

Список цитированных источников

1. Троекурова, И.С. Гравитационные модели внешней торговли стран БРИКС / И. С.Троекурова, К. А. Пелевина
2. WorldBank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://databank.worldbank.org/data/ddperror.aspx?aspxerrorpath=/data/reports.aspx> – Дата доступа: 15.03.2019.
3. Национальная экономика Беларуси: учебник / В. Н. Шимов [и др.]; под ред. В. Н. Шимова. - 3-е изд. — Минск: БГЭУ, 2009. — 751 с.
4. Ковалев, М. М. Транспортная логистика в Беларуси: состояние, перспективы: моногр. / М. М. Ковалев, А. А. Королева, А. А. Дутина. — Минск: Изд. центр БГУ, 2017. — 327 с. (стр. 65)
5. Глинкина, С.П. Китайская стратегия освоения постсоветского пространства и судьба Евразийского союза: Доклад / С.П. Глинкина, М.О. Тураева, А.А. Яковлев. – М.: Институт экономики РАН, 2016. – 59 с.
6. Пояс и путь: возможности для Беларуси: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24 февр. 2017 г. / под ред. проф. А. А. Тозика. – Минск: РИВШ, 2017. – 186 с. (страница 37)
7. Посольство Республики Беларусь в Китайской Народной Республике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://china.mfa.gov.by/ru/trade/> – Дата доступа: 18.03.2019.
8. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/ForeignTrade/Current/> – Дата доступа: 14.03.2019.
9. ESCAP Trade Analytics Portal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trade.unescap.org/> – Дата доступа: 20.05.2019.

ОПТИМИЗАЦИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

В рыночных условиях существования предприятия должны быть финансово устойчивы для поддержания своих позиций среди конкурентов, своей платежеспособности, прибыльности и финансовой привлекательности. Это объясняется тем, что укрепление имущественного положения предприятия на основе управления его платежеспособностью и ликвидностью является основным индикатором обеспечения финансовой безопасности предприятия. Получение и стабильный рост прибыли является тем фактором, который определяет эффективность работы любого предприятия в длительной перспективе и, как следствие, его устойчивое положение на рынке. Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной.

Финансовое состояние предприятия должно быть проанализировано для выявления недостатков организации деятельности, будущих резервов и пути дальнейшего эффективного развития. Это осуществляется с помощью различных методик оценки на основе изучения финансовых результатов от основной деятельности, которые в своей совокупности представляют финансовый анализ. В управлении предприятием финансовый анализ, в первую очередь, используется в системе финансового менеджмента, т. к. на его основе принимаются управленческие решения.

Главным механизмом управления предприятием являются основные финансовые показатели деятельности предприятия. Величина доходов зависит в основном от объема реализованной продукции, выполненных работ, оказанных услуг, цен на них и дебиторской задолженности. Главная задача работы каждого предприятия – это минимизировать затраты и увеличить прибыль. В процессе разработки на предприятии планов по прибыли важно не только учитывать все факторы, которые влияют на величину прогнозируемых финансовых результатов, но и, оценив варианты программы производства, выбрать тот, который обеспечивает максимальную прибыль [1].

Выявление резервов увеличения прибыли должно опираться на комплексный технико-экономический анализ работы предприятия: изучение технического и организационного уровня производства, использование производственных мощностей и основных фондов, сырья и материалов, рабочей силы, хозяйственных связей. Система показателей рентабельности предприятия, при её аналитическом исследовании позволяет сделать основополагающие выводы о финансовом состоянии предприятия [2].

Рассмотрим эффективность достижения цели предприятия при выполнении главной задачи на примере ОАО ТК «Берестье» по совершенствованию экспортной сбытовой политики в пользу отечественных рынков на примере анализа прибыли и продаж предприятия (таблица 1).

Таблица 1 - Анализ продаж и прибыли компании

Анализ продаж и прибыли компании	Показатели
Продано всего овощей, т	8737
Продано продукции на экспорт, т	3208,8
- млн руб.	2,53
Продано на региональных рынках, т	4901,5
- млн руб.	4,42

Рассчитаем, какую прибыль мы получим на 1 т продукции при продаже на экспорт и на региональные рынки.

$$П_{\text{общ}} = П^{\text{рег}} + П^{\text{экс}},$$

где $П_{\text{общ}}$ – прибыль от продажи продукции на экспорт и региональные рынки;

$П^{\text{рег}}$ – прибыль от продажи продукции на региональные рынки;

$П^{\text{экс}}$ – прибыль от продажи продукции на экспорт.

$$П_{\text{общ}} = 2530000 + 4420000 = 6950000 \text{ (руб.)}$$

$$П_{\text{ед}} = П / О,$$

где $П_{\text{ед}}$ – прибыль на 1 т продукции;

$П$ – прибыль;

$О$ – количество проданной продукции.

$$П_{\text{ед}}^{\text{экс}} = 2530000 / 3208,8 = 788,46 \text{ (руб. / т)}$$

$$П_{\text{ед}}^{\text{рег}} = 4420000 / 4901,5 = 901,76 \text{ (руб. / т)}$$

Теперь рассмотрим период года, в который наиболее возможно перенаправление продукции. Данный период года называется период не сезонности.

Рассчитаем прибыль при перенаправлении 1 / 3 части экспорта на региональные рынки в период не сезонности и сохранении объемов экспорта в период сезонности.

$$О_{\text{мес}}^{\text{экс}} = О^{\text{экс}} / 12,$$

где $О_{\text{мес}}^{\text{экс}}$ – количество продаваемой продукции на экспорт в месяц;

$О^{\text{экс}}$ – количество продаваемой продукции на экспорт.

$$О_{\text{мес}}^{\text{экс}} = 3208,8 / 12 = 267,4 \text{ (т / мес)}$$

$$О_{\text{мес}}^{\text{экс нов}} = О_{\text{мес}}^{\text{экс}} * 1 / 3,$$

где $О_{\text{мес}}^{\text{экс нов}}$ – количество экспорта в период не сезонности;

$О_{\text{мес}}^{\text{экс}}$ – количество экспорта до проведения мероприятия.

$$О_{\text{мес}}^{\text{экс нов}} = 267,4 * 1 / 3 = 179,09 \text{ (т)}$$

$$О_{\text{мес}}^{\text{экс разница}} = О_{\text{мес}}^{\text{экс}} - О_{\text{мес}}^{\text{экс нов}}$$

$$О_{\text{мес}}^{\text{экс разница}} = 267,4 - 179,09 = 88,31 \text{ (т)}$$

$$О_{\text{мес}}^{\text{рег}} = О^{\text{рег}} / 12,$$

где $О_{\text{мес}}^{\text{рег}}$ – кол-во продаваемой продукции на региональных рынках в месяц;

$О^{\text{рег}}$ – количество продаваемой продукции на региональных рынках.

$$О_{\text{мес}}^{\text{рег}} = 4901,5 / 12 = 408,46 \text{ (т / мес)}$$

$$О_{\text{рег нов}} = О_{\text{мес}}^{\text{рег}} * n + (О_{\text{мес}}^{\text{рег}} + О_{\text{мес}}^{\text{экс разница}}) * m,$$

где $О_{\text{рег нов}}$ – кол-во продаваемой продукции на региональных рынках после проведения мероприятия;

n – количество сезонных месяцев;

m – количество не сезонных месяцев.

$$О_{\text{рег нов}} = 408,46 * 4 + (408,46 + 88,31) * 8 = 5608 \text{ (т)}$$

$$О_{\text{экс нов}} = О_{\text{мес}}^{\text{экс}} * n + О_{\text{мес}}^{\text{экс нов}} * m,$$

где $О_{\text{экс нов}}$ – количество продаваемой продукции на экспорт после проведения мероприятия.

$$О_{\text{экс нов}} = 267,4 * 4 + 179,09 * 8 = 2502,32 \text{ (т)}$$

$$П_{\text{рег нов}} = О_{\text{рег нов}} * П_{\text{ед}}^{\text{рег}}$$

$$П_{\text{рег нов}} = 5608 * 901,76 = 5057070,08 \text{ (руб)}$$

$$П_{\text{экс нов}} = О_{\text{экс нов}} * П_{\text{ед}}^{\text{экс}}$$

$$П_{\text{экс нов}} = 2502,32 * 788,46 = 1972979,23 \text{ (руб)}$$

$$П_{\text{общ нов}} = П_{\text{рег нов}} + П_{\text{экс нов}}$$

$$P_{\text{общ}}^{\text{нов}} = 5057070,08 + 1972979,23 = 7030049,31 \text{ (руб)}$$

$$P_{\text{общ}}^{\text{эфф}} = P_{\text{общ}}^{\text{нов}} - P_{\text{общ}},$$

где $P_{\text{общ}}^{\text{эфф}}$ – эффективность от проведения мероприятия по совершенствованию сбытовой политики ОАО ТК «Берестье».

$$P_{\text{общ}}^{\text{эфф}} = 7030049,31 - 6950000 = 80049,31 \text{ (руб)}$$

Проведя расчеты мероприятия по совершенствованию сбытовой политики ОАО ТК «Берестье», можно сделать следующий вывод: план по совершенствованию сбытовой политики может быть успешно внедрен на предприятие, так как он решает проблему по недополучению прибыли, максимизирует высокий уровень потребления. Общий экономический эффект от внедрения плана составит 80049,31 руб.

Большие затраты ОАО «ТК «Берестье» несет на освещение теплиц рассадного отделения. В настоящее время используются светильники ДРЛФ-400 с отражателями ОТ-400. В то же время появились более экономичные и современные светильники ДНАЗ-400 с отражателями ЖСП-600. При одинаковой мощности светильники ДНАЗ-400 имеют гораздо больший срок эксплуатации, больший световой поток, больший КПД облучателя, их требуется меньшее количество. Стоимость светильников нового поколения выше, но так как их требуется меньшее количество – затраты сопоставимы. Замену предлагается осуществлять в плановом порядке, по мере выхода из строя светильников ДРЛФ-400. Замена освещения теплиц за счет положительного экономического эффекта, полученного при совершенствовании экспортной сбытовой политики.

Стоимость светильников ДНАЗ-400 80 руб. за штуку, а необходимое количество 887 шт., следовательно, затраты на их приобретение составят 70960 руб.

Таким образом, экономический эффект от данного мероприятия составляет 143597,64 руб. при стоимости 1 кВт-часа для ОАО «ТК «Берестье» в 2019 г. – 0,1637 руб. Срок окупаемости данного мероприятия 180 дней.

Расчет экономического эффекта использования светильников ДНАЗ-400 взамен ДРЛФ-400 в ОАО ТК «Берестье» в таблице 2.

Таблица 2 - Расчет экономического эффекта использования светильников ДНАЗ-400 взамен ДРЛФ-400 в ОАО ТК «Берестье»

Показатели	Ед. изм.	Тип лампы, отражателя	
		ДРЛФ-400, ОТ-400	ДНАЗ-400, ЖСП-600
Мощность	Вт	400	400
Средний срок эксплуатации	тыс./ч	1	20
Световой поток	кЛм	16	55,6
КПД облучателя	%	65	95
Площадь рассадного отделения	га	1	1
Количество часов работы освещения за год	ч	1000	1000
Количество светильников	шт.	3080	887
Потребляемая мощность	кВт-ч	1232000	354800
Экономия электроэнергии	кВт-ч	-	877200
Экономия электроэнергии	руб.	-	143597,64

Очевидно, что от эффективности управления финансовыми ресурсами и предприятием целиком и полностью зависит результат деятельности предприятия в целом. Поэтому для стабилизации финансового состояния предприятия, а также в целях улучшения его финансовых результатов необходимо совершенствовать маркетинговую и сбытовую деятельность и активно заниматься планированием и прогнозированием управления финансов предприятия.

Список цитированных источников:

1. Адаменкова, С.И. Анализ производственно-финансовой деятельности предприятия: учебно-методическое пособие / С.И. Адаменкова, О.С. Евменчик. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск: ООО «Элайда», 2013. – 327с.
2. Управление финансами предприятия / Под ред. Т.И. Вуколовой. – Минск: Мисанта, 2008. – 487 с.

УДК 65.01.56

Цуца О. В.

Научный руководитель: ассистент Кочурко О. А.

БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИЯ В ЛОГИСТИКЕ

Технология, которая, по-видимому, окажет влияние за последние несколько десятилетий – уже существует. И это не социальные сети, не большие данные, не робототехника и не искусственный интеллект. Это технология, лежащая в основе цифровых валют. Эта цепочка блоков транзакции – блокчейн. Сейчас эта технология является следующим поколением интернета, она несёт огромный потенциал для любого бизнеса, любого общества и каждого человека.

Блокчейн – это многофункциональная и многоуровневая информационная технология, предназначенная для надёжного учёта различных активов, распределённого хранения записей обо всех когда-либо совершённых биткоин-транзакциях. Блокчейн представляет собой цепочку блоков данных, объём которой постоянно растёт по мере добавления майнерами новых блоков с записями самых последних транзакций, что происходит каждый 10 минут [1].

В системе, похожей на блокчейн, могут совершаться транзакции с любыми валютами, финансовыми контрактами, материальными и нематериальными активами. Более того – блокчейн может применяться не только для транзакций, но и для фиксации, отслеживания, мониторинга и совершения операций с любыми активами (рисунок 1). По сути, мы имеем дело с громадной электронной таблицей для регистрации всех активов и учётной системой для выполнения операций с ними в глобальном масштабе без ограничений по форме активов, типу участников или географическому положению [2].

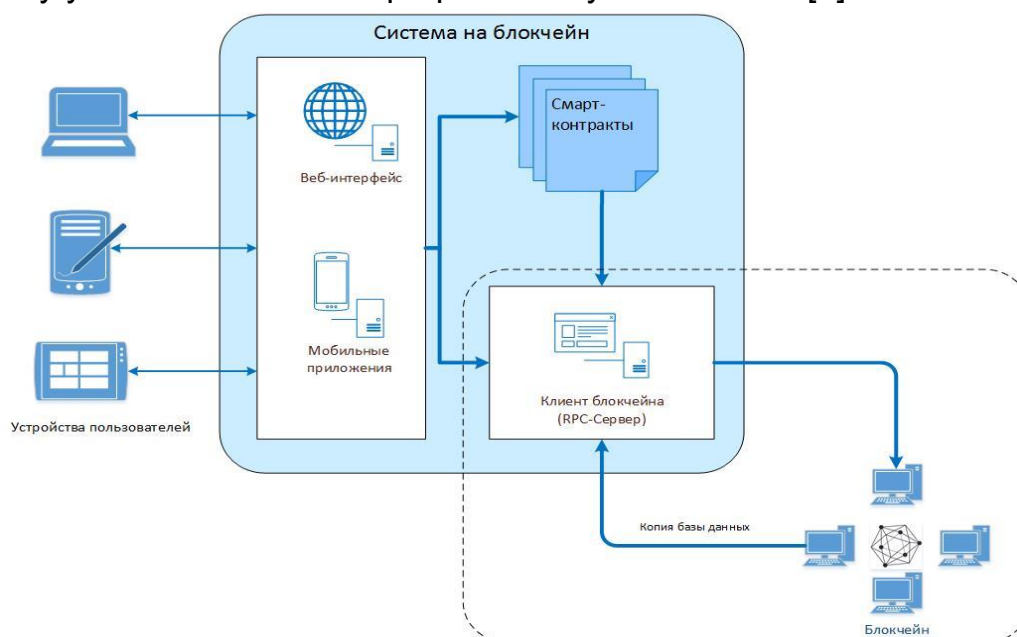


Рисунок 1 – Схема обработки данных технологией блокчейн

Транзакция – это любые действия, совершённые пользователем, такие как перевод средств на другой счёт, регистрация прав собственности, покупка криптовалют и т. д. Когда транзакция готова, т. е. окончательно сформирована пользователем, она отправляется в мемпул, где находится в процессе ожидания и в конечном итоге добавляется в один из блоков цепи. Как только это произошло, внести изменения уже невозможно. Так же блоки хранят в себе не только новую информацию, но и зашифрованные данные предыдущих блоков.

Основные принципы блокчейн:

- децентрализация и распределённость;
- безопасность и защищённость;
- открытость и прозрачность.

Технологические аспекты блокчейн-революции разделены на 3 категории: блокчейн 1.0, 2.0, 3.0[1].

Блокчейн 1.0 – это валюта. Криптовалюты применяются в различных приложениях, имеющих отношение к деньгам, например, системы переводов и цифровых платежей.

Блокчейн 2.0 – это контракты. Целые классы экономических, рыночных и финансовых приложений, в основе которых лежит блокчейн, работают с различными типами финансовых инструментов – с акциями, облигациями, фьючерсами, закладными, правовыми титулами, умными активами и умными контрактами.

Блокчейн 3.0 – это приложения, область применения которых выходит за рамки денежных расчётов, финансов и рынков. Они распространяются на сферы государственного управления, здравоохранения, науки, образования, культуры и искусства [3].

На рынке интеллектуальной собственности блокчейн-технология можно задействовать для регистрации патентов, с её помощью можно коренным образом изменить судопроизводство, связанное с интеллектуальной собственностью: управление объектами ИС, доступ к ним и установление их принадлежности [4].

Здесь возникает необходимость в использовании и внедрении данной технологии в сфере логистики.

Такие известные мировые компании, как WalMart, EverLadger, Assetcha.in, Midasium, Deloitte используют данную технологию с 2015 года.

Проекты, которые уже сегодня используют технологию блокчейн в сфере логистики:

TradeLens – Совместный проект датской компании Maersk, специализирующейся на морских грузовых перевозках и IT-гиганта IBM, является одним из самых показательных примеров применения блокчейна в логистике.

IBM Food Trust Проект IBM Food Trust объединил 10 таких крупных производителей и распространителей продуктов питания, как Dole, Driscoll's, Golden State Foods, Kroger, McCormick and Company, McLane Company, Nestlé, Tyson Foods, Unilever и Walmart.

Система представляет собой облачное решение, основанное на IBM Blockchain. Сервис хранит данные о более чем 1 миллионе продуктов питания на блокчейн-платформе IBM и Hyperledger Fabric.

Everledger – *Everledger Diamond Platform*. Компания Everledger разработала проект для регистрации информации об алмазах на блокчейн, целью которого является объединение всех участников отрасли, включая производителей, распространителей и покупателей.

Provenance – *"Every product has a story"*. Еще одним успешным проектом является решение стартапа Provenance, которое позволяет отслеживать весь путь продукта от производства до покупки. Платформа позволяет предприятиям сделать цепочки поставок более прозрачными и упрощает отслеживание. Разработанные инструменты собирают изображение продукта, данные о его происхождении, положении и создают профиль в котором отображается вся необходимая информация.

Yojee – *"Your Software. Your Network."* Сингапурская компания Yojee разработала логистическую блокчейн-платформу, оснащенную искусственным интеллектом и машинным обучением [5].

Таким образом, технология блокчейн, состоящая из цепочек транзакций, облегчает использование и ведение разного рода бизнеса и предпринимательской деятельности, без участия третьих лиц. Обеспечивает безопасность данных в виде шифра или кодовых знаков. Создает резервную копию документов (смарт-контрактов), во избежание потерь и взломов. Сокращает время использования системы, что позволяет охватывать больше процессов за день (очень важно для работников IT-компаний). Смарт-контракты не только позволяют совершать сделки быстрее, но и помогают избежать ошибок, которые возникают при заполнении большого количества фирм.

Что касается внедрения блокчейн-технологии в логистические фирмы нашей страны – вопрос довольно непростой. Поскольку в нашей стране нет таких крупных перевалочных пунктов или транспортных фирм, нет необходимости покупать данную технологию. Для средних фирм или же для малого бизнеса эта технология слишком дорогая, и её приобретение может привести фирму к большим убыткам, и здесь возникает ряд проблем, связанных с окупаемостью.

Список цитированных источников

1. Блокчейн. Схема новой экономики / Мелани Свон : [перевод с английского]. – Москва : Издательство Олимп-Бизнес, 2018. – 240с., ил.
2. Журнал «Дистрибуция и логистика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://logist.fm>. – Дата доступа: 27.03.2019.
3. Использование блокчейна в транспортной логистике: кейсы и применение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blockchain3.ru>. – Дата доступа: 13.04.2019.
4. Блокчейн и логистика: как новая технология изменит сферу грузоперевозок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://coinmania.com>. – Дата доступа: 13.04.2019.
5. Топ-5 блокчейн проектов в сфере логистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://digiforest.io/blog/blockchain-in-logistics> – Дата доступа: 11.03.2019.

УДК 336.71

Шеметюк Д. С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФАКТОРИНГА ДЛЯ БИЗНЕСА

Введение. Одним из наиболее современных и эффективных способов, позволяющих получить финансирование для компании без использования кредитных услуг банков, является факторинг. Факторинг, как финансовая операция, выступает одним из наиболее оптимальных инструментов современной экономики.

Основная часть. Факторинг как метод финансирования предпринимательской деятельности используется в основном малым и средним бизнесом, работающим на условиях отсрочки платежей. Это обусловлено тем, что небольшие компании зачастую ограничены в получении банковских кредитов и испытывают финансовые проблемы из-за несвоевременного погашения дебиторских задолженностей. Факторинг наиболее выгоден для производственных предприятий и оптовых организаций, производящих и реализующих потребительские товары.

Факторинг – это комплекс финансовых услуг для производителей и поставщиков, ведущих торговую деятельность на условиях отсрочки платежа [1].

Под факторинговыми операциями понимаются операции, посредством которых банки или небанковские кредитно-финансовые учреждения – резиденты по сделке, предусматривающей уступку денежного требования, могут приобретать денежные требования у нерезидентов, полученные по договору факторинга [1].

Участники факторинговой операции, представлены на рисунке 1.

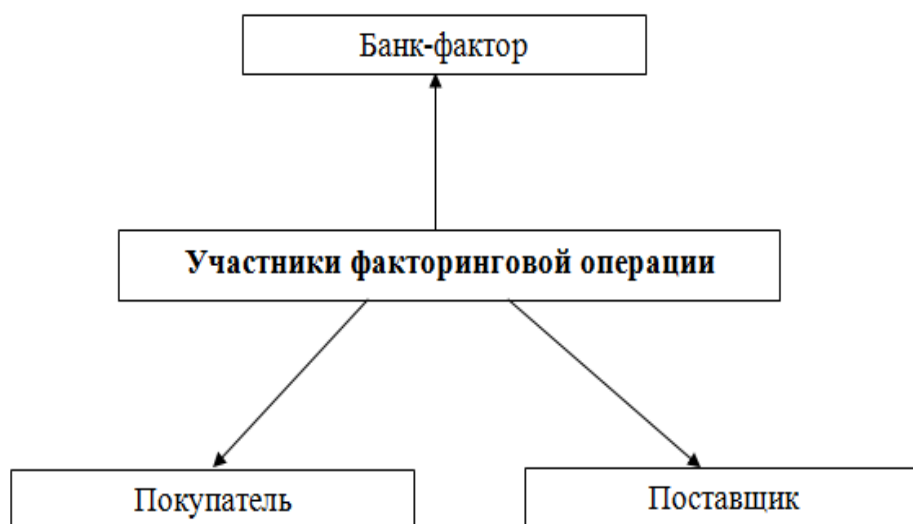


Рисунок 1 – Участники факторинговой операции

Источник: собственная разработка на основе [1]

Традиционно сторонами договора факторинга являются фактор и кредитор. Следует подчеркнуть, что белорусское законодательство предусматривает участие в качестве фактора специального субъекта – банка или небанковской кредитно-финансовой организации. В зарубежной практике в качестве фактора чаще выступают факторинговые компании.

Существует обширная классификация факторинга [2]:

- открытый факторинг (должник уведомлён о заключении договора факторинга, по которому права кредитора переходят фактору);
- скрытый факторинг (должник не уведомлён о заключении договора факторинга).

В банковской практике зарубежных стран такие факторинговые операции иногда называют конвенциональными (открытыми) и конфиденциальными (скрытыми) [2].

Стандартным видом факторинга является открытый факторинг, который в большей степени отражает смысл факторинговой операции.

По месту проведения факторинга договоры факторинга подразделяются на:

- внутренние, если сторонами договора факторинга являются резиденты;

- международные, если одна из сторон договора факторинга является нерезидентом.

По условиям платежа между фактором и кредитором выделяют договоры:

- без права регресса, когда фактор несёт риск неоплаты должником денежных требований;
- с правом регресса, при котором кредитор несёт риск неоплаты должником денежных требований.

Существуют как преимущества факторинга, так и его недостатки, представленные на рисунках 2, 3.

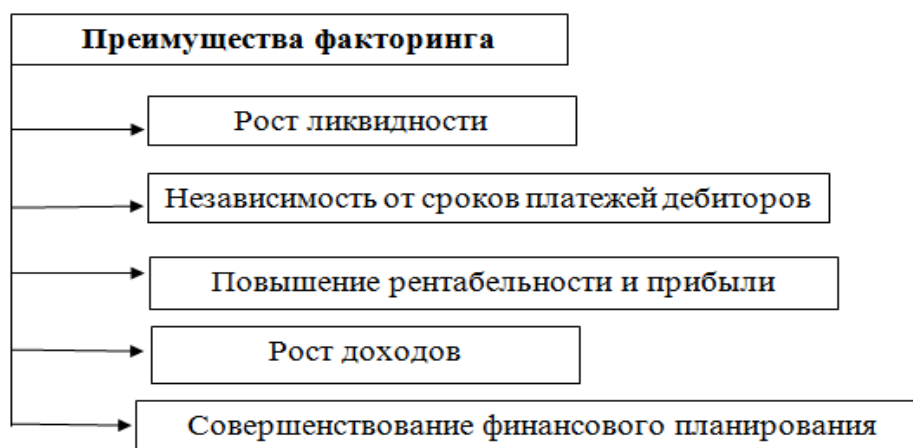


Рисунок 2 – Преимущества факторинга

Источник: собственная разработка на основе [2]

Особой разновидностью факторинга является реверсивный факторинг, который также называется закупочным факторингом или факторингом для покупателя. Он используется, например, когда покупатель, желая получить или увеличить отсрочку платежа, обращается к фактору за установлением лимита финансирования поставок .

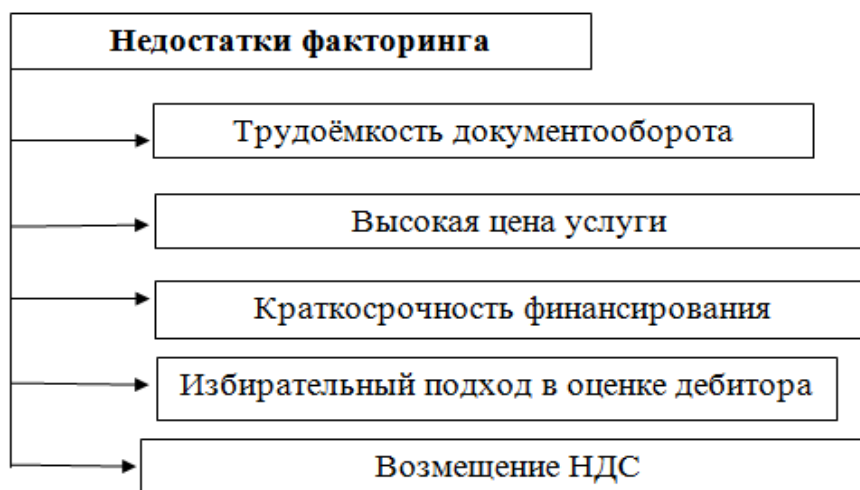


Рисунок 3 – Недостатки факторинга

Источник: собственная разработка на основе [2]

Заключение. В заключение отметим, что факторинг, являясь одним из способов финансирования, имеет ряд преимуществ перед другими кредитными операциями банков. Он прост в использовании, не требует обеспечения,

позволяет в значительном объёме пополнять оборотные средства субъектов хозяйствования, экономя при этом на работе с дебиторами.

Кроме того, факторинг превращает постоянные затраты по кредитованию в переменные, чётко привязав их к реализации и оплате товаров. В банковской практике факторинг постепенно развивается в универсальную систему обслуживания клиента, включающую бухгалтерское, информационное, страховое и иное обслуживание.

Все эти достоинства позволяют всё более активно использовать факторинг в белорусской практике.

Список цитированных источников

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: экономика и управление: учеб. пособие / С.Л. Соркин. – Минск: Современ. шк., 2011. – 283 с.

2. Прокушев, Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учеб. / Е.Ф. Прокушев. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 452 с.

УДК 336.71

Шеметюк Д. С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.

ОСОБЕННОСТИ ФАКТОРИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. Проблема роста неплатежей и высокой дебиторской задолженности актуальна для предприятий Республики Беларусь. Справиться с этими трудностями можно, прибегнув к одному из самых перспективных видов банковских услуг, наиболее приспособленному к современным процессам развития экономики, который носит название факторинг. Факторинг один из наиболее перспективных видов банковских услуг, рискованный, а также высокоприбыльный бизнес, эффективное орудие финансового маркетинга, одна из форм интегрирования банковских операций, которые наиболее приспособлены к современным процессам развития экономики.

Основная часть. В Республике Беларусь имеются все необходимые условия и предпосылки для применения факторинговых операций при осуществлении сделок между субъектами хозяйствования как внутри страны, так и на международной арене. Целесообразность и экономическая эффективность применения договора факторинга в условиях новой экономики определяется возможностью повысить рентабельность коммерческих операций. Банки и небанковские финансово-кредитные организации расширяют с помощью договора факторинга круг оказываемых услуг, добиваются дополнительных доходов. В свою очередь предприятия, продающие денежные требования (кредиторы), пытаются ускорить оборот своих средств путем получения досрочной оплаты за поставленные товары (оказанные услуги). Быстрорастущим компаниям, стремящимся завоевать рынок, для увеличения объемов продаж часто приходится соглашаться на поставки товаров с отсрочкой платежа. В результате у них возникает большая дебиторская задолженность, а денег для расчетов со своими поставщиками и на иные текущие нужды уже не хватает. Чаще всего такие предприятия прибегают к использованию кредитов. Однако, если у предприятия их много, то банки отказывают в выдаче очередного. В этом случае у предприятий один выход — факторинг.

Так, между субъектами хозяйствования остро стоит проблема задержки платежей, что ведет к нарастанию дефицита оборотных средств и нарушению производственного цикла. Развитию факторинга в Беларуси также способствуют недостаточная капиталовооруженность предприятий и растущие риски кредитования.

Операции факторинга в Республике Беларусь активно стали осуществляться с середины 90-х годов. Изначально при осуществлении факторинговых операций белорусские банки столкнулись с рядом проблем, а именно:

- невозможностью доступа к современным факторинговым технологиям;
- отсутствием практического опыта применения факторинга, научной и методической литературы.

Вышеуказанные факторы привели к неверному пониманию экономической сущности операций факторинга в экономике Беларуси на начальном этапе, которые сводились к краткосрочному кредитованию или дисконтным операциям. Постепенно субъекты хозяйствования Беларуси также начали понимать преимущества факторинговых операций. Однако изначально этой услугой пользовались в основном крупные предприятия.

В настоящее время данный вид деятельности является лицензируемым, что касается также и России, и осуществлять его вправе только коммерческие банки, что обусловлено такими факторами, как: недостаточность опытного персонала, отлаженной технологии, высококлассного программного обеспечения для обслуживания факторинговых операций специализированными фирмами. В лицензировании факторинга в Беларуси есть преимущества, которые заключаются в том, что факторинговые операции проводятся на более высоком профессиональном уровне. Отмена лицензирования может привести к тому, что на данном рынке появятся компании, оказывающие факторинговые услуги ненадлежащим образом. В мировой же практике операции факторинга обычно оказывают специализированные факторинговые фирмы, которые учреждаются, как правило, крупными финансовыми компаниями или банками [1].

Наиболее перспективной сферой применения факторинговых операций как в Республике Беларусь, так и за рубежом является производство продуктов питания или товаров повседневного спроса, а также сфера услуг. Белорусские предприятия, специализирующиеся на оказании транспортных, туристических, рекламных, телекоммуникационных услуг, а также Интернет – провайдеры, операторы сотовой связи, обратившись к услугам банка по предоставлению полного набора факторинговых услуг, могут получить ряд экономических преимуществ:

- ускорить оборачиваемость средств путем заблаговременной реализации долговых требований,
- упростить структуру баланса,
- сократить бухгалтерские, административные, юридические и иные расходы, связанные с взиманием дебиторских задолженностей, получением банковского кредита [2].

Все вышеперечисленные выгоды от использования факторинга способствуют укреплению позиций компаний-поставщиков на высококонкурентном рынке такого рода услуг путем использования полученных дополнительных оборотных средств в целях увеличения объема продаж. В свою очередь, рост объема продаж будет сопровождаться увеличением объема предоставляе-

мых поставщику средств банком-фактором в качестве оплаты его дебиторских задолженностей.

В Беларуси факторинг существует обычно в двух видах:

1) как разновидность банковского кредита под обеспечение уступки права требования с правом регресса к кредитору либо без такого права в сделке между банком (фактором) и организацией.;

2) как купля-продажа фактором (банком или небанковской кредитно-финансовой организацией) права требования у кредитора. Продается право требования за цену, уменьшенную на сумму дисконта по сравнению с суммой права требования.

Оба варианта предполагают, что финансирование осуществляется только по факту передачи товаров, выполнения работ, оказания услуг. И в том, и в другом случае происходит уступка права требования кредитором фактору как с правом регресса, так и без такого права.

Кроме того, в отличие от сложившейся мировой практики применения факторинговых операций, в Республике Беларусь банки очень редко заключают договоры факторингового обслуживания без обеспечения, что является дополнительной финансовой преградой для малых и средних предприятий при заключении договора факторинга, которые могут иметь недостаточно основных средств. В соответствии с “Правилами...” исполнение обязательств по договору факторинга может быть обеспечено путем залога, поручительства, гарантии и другими способами.

Также сдерживающими факторами применения факторинга в Беларуси выступают низкая платежеспособность субъектов хозяйствования, достаточно низкий общий уровень финансовой культуры потенциальных кредиторов и должников и падение уровня деловой активности.

Если оценить факторинг с точки зрения открываемых им возможностей в сложившихся экономических условиях в Республике Беларусь, то его можно считать важным инструментом современного менеджмента, особенно в отношении финансирования и руководства предприятием, управления экономическими рисками.

Заключение. Таким образом, практика факторинга у нас существенно отличается от российской и мировой. До недавнего времени факторинг был популярен, но не в связи со свойственными ему по определению функциями, а из-за возможности получения на расчетный средств денег, которые можно было использовать на текущие нужды. Сейчас свобода предприятий по использованию получаемых кредитов значительно возросла, и необходимости в использовании факторинга для обхода ограничения при выдаче кредитов нет. В связи с этим спрос на факторинг в Беларуси упал. Белорусские банки стараются проводить факторинговые операции под залог, но если есть залог, то кредит выглядит более предпочтительной операцией. Не способствует росту популярности у банков данной операции и то, что взыскание задолженности в случае с факторингом осуществляется по четвертой группе очередности, а для кредитов — по второй.

Список цитированных источников

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: экономика и управление: учеб. пособие / С.Л. Соркин. – Минск: Соврем. шк., 2011. – 283 с.

2. Прокушев, Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учеб./ Е.Ф. Прокушев. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 452 с.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОФОРМЛЕНИЯ ДОКУМЕНТАЦИИ В СФЕРЕ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК

В самом широком смысле под автоматизацией понимается некоторый набор действий, который позволяет освободить человеческие ресурсы от выполнения определенных задач и переложить их выполнение на определенный механизм. Автоматизация – это не что-то необъяснимое и требующее огромных затрат, а всего лишь процесс подбора и подготовки оборудования и программного обеспечения для эффективного решения задач конкретной организации.

Современный бизнес требует автоматизации во всех направлениях. Не является исключением и такая отрасль, как грузоперевозки. Здесь важна не только техническая составляющая, но и документационная. Любую деятельность по перевозке грузов обязательно сопровождает подготовка таких документов, как протокол согласования цен, счет на оплату и акт выполненных работ на грузоперевозки. Эти документы имеют огромное юридическое значение, поскольку являются доказательством выполнения транспортировки грузов в установленном объеме, дают право на оплату сделки. Зачастую на малых предприятиях создание таких документов проводится каждый раз вручную и требует неоднократного ввода одной и той же информации.

В настоящее время существует очень много разнообразных программных средств для автоматизации в сфере грузоперевозок: «CargoCRM», «4logist», «1С: Предприятие», «1С: Логистика: Управление перевозками» и др. Однако в некоторых случаях применение таких программ нецелесообразно, например, если предприятие только начинает свое существование и не имеет достаточных средств или специально обученного персонала, при небольшом количестве автомобилей в компании. Такие программы вряд ли подойдут и индивидуальным предпринимателям по причинам большой стоимости программного обеспечения и его поддержки. Но многие операции по созданию отчетной документации и ведению баз данных клиентов можно автоматизировать самостоятельно, используя офисные программы типовой комплектации компьютера.

Целью данной работы является создание автоматизированного модуля для работы малых транспортных организаций, индивидуальных предпринимателей, позволяющего заменить большие и дорогостоящие автоматизированные программы.

В задачу авторов входило создание простого и удобного программного продукта с использованием встроенных в Excel функций [1, стр. 320], а также программных модулей, созданных в VBA [2], позволяющего автоматизировать процесс создания протоколов согласования цен, актов выполненных работ и счетов на оплату грузоперевозок, вести базу контрагентов, транспортных заказов, а также сохранять и распечатывать документы в удобной для пользователя форме [3, стр.335].

Для реализации поставленных задач в Excel авторами создана рабочая книга, которая содержит рабочие листы: «Меню», «Транспортные_заказы», «Акт», «Счет», «Протокол». «Реестр_документов», «База_контрагентов», «Учет_доходов», «Печать».

Лист «Меню» (рисунок 1) содержит управляющие надписи, позволяющие перейти на интересующую пользователя информацию.



Рисунок 1 – Рабочий лист «Меню»

Каждой надписи в меню назначен макрос, созданный в VBA. Рассмотрим подробнее, какие действия происходят по нажатию на некоторые из записей в меню.

По нажатию на надпись *Собственная организация* появляется форма (рисунок 2), содержащая следующую информацию об организации: наименование, адрес, УНП, название банка, расчетный счет, БИК, телефон, e-mail, ФИО директора. По умолчанию свойство Enabled всех объектов textbox данной формы принимает значение false. При необходимости пользователь может изменить содержимое любого поля формы и сохранить изменения. Для этого нужно нажать на кнопку Изменить, внести в поля необходимые изменения и нажать на кнопку Сохранить.

The screenshot shows a form titled 'Собственная организация' with the following fields and values:

Наименование	ИП Филипов
УНП	291523516
Адрес	224024, г. Брест ул.Московская д.200 кв.100
Банк	ОАО "Белгазпромбанк"
р/с	BY42OLMP30133000251670000933
БИК	OLMPBY2X
тел.	(029)234-56-78
e-mail	fillipov@mail.ru
Директор	Филлипов А.М.

Buttons: Изменить, Сохранить

Рисунок 2 – Форма Собственная организация

По нажатию на надпись *Добавление нового контрагента* перед пользователем открывается форма *Добавление контрагента* (рисунок 3). Первым заполняется поле УНП. После этого нужно нажать на кнопку Проверить. Если в базе уже есть контрагент с введенным УНП, то появится предупреждающее сообщение: «Контрагент с таким УНП уже существует». В этом случае все поля формы заполнятся автоматически с листа «База контрагентов». В против-

ном случае пользователь заполняет все поля формы и нажимает на кнопку Сохранить. Добавить контрагента можно и напрямую на рабочем листе «База контрагентов».

унип	192800451	Проверка
Наименование плательщика	ООО "Шанс Логистика"	
ОКПО	38071105000	
адрес	220036, г. Минск ул. Ленина д. 1 оф. 410	
ФИО директора	Кондратюк И.К.	
Наименование банка плательщика	ОАО "Приорбанк" ЦБУ 101 г. Минск	
р/с	3012040258017	договор № 123
код банка	153001749	дата 11.02.2019
Сохранить		

Рисунок 3 – Форма Добавление контрагента

При поступлении нового транспортного заказа необходимо сохранить его в базу заказов. Для этого в главном меню проекта нажимаем на надпись *Оформление нового заказа*. При этом откроется форма *Оформление заказа*, содержащая следующие поля: № заказа, дата заказа, контрагент (выбирается из выпадающего списка всех контрагентов), сумма заказа, вид валюты, ставка НДС, срок оплаты (в днях).

Порядок работы с программой:

1) при поступлении нового транспортного заказа пользователь должен внести в базу контрагентов данные заказчика в случае, если грузоперевозка от этого заказчика осуществляется впервые. Если же транспортная компания уже работала с этим заказчиком, то можно сразу переходить к оформлению заказа и сохранению его в базу заказов. При этом автоматически будет сформирован протокол согласования цен и отправлен заказчику. Нумерация протоколов осуществляется автоматически, все протоколы сохраняются в соответствующую папку на диске Протоколы под именем «Протокол & номер_протокола & год» в двух форматах (xls и pdf). Также в программе предусмотрена возможность изучения рейтинга контрагентов (рисунок 4);

Введите унип	192800451	Показать статистику
Всего заказов:	10	
Из них		
оплачено в срок:	9	
не пришел срок оплаты:	1	
задержка оплаты:	0	

Рисунок 4 – Изучение рейтинга контрагентов

2) после завершения грузоперевозки автоматически формируются акт выполненных работ и счет на оплату. Эти документы, как и протоколы, сохраняются в соответствующих папках на диске;

3) после того, как счет на оплату сформирован, вся ключевая информация по нему автоматически добавляется на рабочий лист «Реестр_документов». После поступления оплаты по определенному счету пользователь вносит соответствующую отметку в графу *Признак оплаты*. Если же заказчик просрочил обязательства по оплате, то в программе предусмотрена возможность отправки сообщения контрагенту с указанием суммы и сроков оплаты;

4) в случае необходимости любой из документов (акт, счет, протокол) можно распечатать. Для этого нужно перейти на рабочий лист «Печать», выбрать тип документа и номер.

Эффективность [4] данной разработки состоит в следующем: уменьшение трудозатрат по причине исключения повторного ввода необходимых данных; сокращение сроков подготовки отчетных документов; исключение ошибок при подготовке документации; изучение рейтинга контрагентов.

Все логистические программы можно дорабатывать, но собственными силами сделать это логисту или бухгалтеру практически нереально — требуются специалисты. А в Excel при наличии соответствующих навыков и практики написать макрос – вопрос нескольких минут.

Таким образом, использование Excel+VBA обеспечивает возможность эффективной автоматизации процесса подготовки отчетной документации по грузоперевозкам. Несмотря на то, что разработанная программа учитывает особенности конкретного предприятия, её можно легко преобразовать для успешного использования в любой транспортной компании.

Список цитированных источников

1. Гарнаев, А.Ю. Excel, VBA, Internet в экономике и финансах / А.Ю. Гарнаев. – СПб.: БВХ-Петербург, 2005. – 819 с.
2. Уокенбах, Джон Excel 2013. Профессиональное программирование на VBA / Джон Уокенбах. - М.: Вильямс, 2014. - 960 с.
3. Слепцова, Л.Д. Программирование на VBA в MicrosoftOffice 2007 / Л.Д. Слепцова. – М.: Вильямс, 2007. – 432с.
4. Скрипкин, К. Г. Экономическая эффективность информационных систем. – М.: ДМК Пресс, 2002.

УДК 338.47

Ширковец О. В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Медведева Г. Б.

ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ КОНТЕЙНЕРНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Морские перевозки испокон веков являлись основным способом доставки грузов между континентами. Их преимущества сложно недооценить: высокая провозная способность, огромный географический охват, возможность перевозки грузов абсолютно любого объёма и веса, самые низкие удельные цены на фрахт ввиду масштабов грузовых кораблей и возможностей по перевозке за 1 рейс. Тем не менее, существует у морских перевозок один существенный недостаток – самая низкая скорость доставки грузов. С повсеместной глоба-

лизацией рынок мировой торговли столкнулся с необходимостью искать всё новые способы оптимизации товаропотоков [1]. С изобретением Малькомом Макклином универсального контейнера, каким мы его привыкли видеть в современном мире, началась масштабная революция в сфере грузоперевозок. Появилась универсальная грузовая единица, не привязанная к какому-то ни было виду транспорта: контейнер можно погрузить как на автомобиль со специально оборудованным прицепом, так и в самолёт.

С учетом возрастающих грузопотоков многие компании начали искать пути минимизации затрат и сокращения времени перевозок [2]. Таким образом, получили бурное развитие мультимодальные контейнерные перевозки. Их преимущества очевидны: 100%-е использование имеющейся инфраструктуры (морские торговые пути, железнодорожные маршруты, автомобильные дороги), высокая скорость доставки в составе ускоренных контейнерных поездов (>1000 км. сутки), возможность организации «контрактной логистики», а также доставки «от двери до двери», отслеживание контейнера в режиме реального времени. В то же время существуют и ограничения при контейнерных перевозках: вдвое меньший по сравнению со стандартными крытыми вагонами вес под загрузку, дорогие начально-конечные операции (погрузочно-разгрузочные работы, экспедиторские операции, подача и уборка вагонов в НЛЭ), нормативные сроки на использование контейнера включенные в ставку морского фрахта, необходимость возврата порожних контейнеров в порт прибытия/стоки, необходимость парной отправки 20 фт контейнеров в сравнении с 40 фт контейнерами [3].

Исходя из данных особенностей контейнерных перевозок мною были изучены возможности по комбинированной доставке контейнерных грузов из Китая (Шанхай) в Республику Татарстан (Нижнекамск), а также проведён анализ ставок на перевозку по схемам: море+авто, море+жд, прямая жд отправка.

Для расчета стоимости перевозки в данном направлении принимались следующие условия:

- 1) условие морского фрахта FILO;
- 2) груз: автомобильные запчасти;
- 3) вес груза от 19 до 24т.

При проработке запросов учитывались такие факторы, как:

- 1) наименьшая итоговая стоимость доставки груза из Китая в Татарстан;
- 2) скорость доставки груза напрямую железной дорогой, морем + автомобильным транспортом, морем + железной дорогой;
- 3) сравнение полученной итоговой стоимости доставки с Трансконтейнер и FESCO;
- 4) особенности применения разных тарифных коэффициентов при доставке груза железной дорогой;
- 5) стоимость доставки автомобильным транспортом до получателя с ж/д станций назначения;
- 6) стоимость возврата порожних контейнеров в порт, а также их сброс в «стоках» ближайших городов.

В конечную стоимость перевозки были включены:

- 1) ставка морского фрахта;
- 2) терминальные сборы;
- 3) экспедирование в порту;
- 4) стоимость оформления ВТТ (Т1);
- 5) стоимость перевозки автомобильным транспортом;

6) стоимость перевозки железной дорогой с перегрузкой в контейнеры инвентарного парка/перевозкой без перегрузки в контейнерах собственности морской линии;

7) ставки возврата порожних контейнеров в порт/стоки.

В результате проведенного исследования были выделены лучшие варианты перевозки данного груза из Китая в Республику Татарстан с учетом вышеперечисленных факторов.

Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение итоговых ставок на перевозку

Минимальная ставка:	Индивидуальная разработка: (Море+Авто, Море+Ж/Д)	Fesco (Ж/Д, Море+Ж/Д)	Трансконтейнер (Ж/Д)
Время доставки:	30 дней море + 6-7 суток по ЖД или +25 часов при Авто (~2000км)	40-45 дней + срок ожидания отгрузки с порта на жд	~21-22 дня
20" DC	3031\$ (Рига – Нижнекамск/Набережные Челны) – Авто 2662-2673\$ (Новоросийск/Санкт-Перебург – Нижнекамск/Набережные Челны)	3183\$ (через Санкт-Петербург в Нижнекамск) 2925\$ (через Владивосток в Нижнекамск)	2553\$ (из Шанхая в Нижнекамск) 3158\$ (из Шанхая в Набережные Челны)
40" HC	3241\$ (Рига – Нижнекамск/Набережные Челны) – Авто 3775-3882\$ (Санкт-Петербург/Рига – Нижнекамск/Набережные Челны)	4434\$ (через порт Санкт-Петербурга в Нижнекамск) 4821\$ (через Владивосток в Нижнекамск)	3284\$ (из Шанхая в Нижнекамск) 3464\$ (из Шанхая в Набережные Челны)

Таким образом, исходя из сравнения итоговых ставок на перевозку, способов доставки, маршрутов, а также транзитного времени можно сделать вывод о том, что комбинированные перевозки позволяют логистическим компаниям предложить своим партнерам наиболее оптимальное и комплексное логистическое решение по доставке грузов из Китайской Народной Республики в Республику Татарстан с учетом всех особенностей перевозки и пожеланий клиента: будь то скорость доставки, минимальная цена или же порт прибытия груза. Справедливо отметить, что в каждом отдельном случае необходим отдельный просчет стоимости перевозки груза мультимодальным способом, т. к. в большинстве своём железнодорожные перевозки становятся рентабельными лишь при доставке грузов на расстояние свыше 2000 км (объясняется спецификой формирования тарифов на железнодорожные перевозки).

Список цитированных источников

1. Дыбская, В.В. Логистика. Интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок (Полный курс MBA) / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев. – М.: Эксмо, 2013. – с. 542.

2. Основы логистики: учебное пособие/ А.А. Канке, И.П. Кошева. – М.: КНОРУС, 2016. – 406 с.

3. Интернет-портал AUP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m207/5_1_1.htm – Дата доступа: 17.05.2019.

QR- КОД КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

В настоящее время под цифровой экономикой понимается всемирная сеть экономической деятельности, коммерческих операций и профессиональных взаимодействий, которые поддерживаются информационно-коммуникационными технологиями. По мнению специалистов, в Беларуси сложились благоприятные условия для развития информационных технологий и бизнеса на их основе. Информационные технологии активно развиваются и поддерживаются правительством и в нашей стране. Так, 28 марта 2018 года в силу вступил Декрет Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 года №8 «О развитии цифровой экономики». Декрет направлен на дальнейшее развитие Парка высоких технологий, инновационной сферы и построения современной цифровой экономики в стране. В числе нововведений Декрета кардинально новые правоотношения по использованию перспективных технологий «блокчейн» и цифровых знаков («токенов»). Также новый Декрет продлил действие специального налогово-правового режима Парка высоких технологий.

Одним из ключевых положений Декрета, на которое следует обратить внимание, является создание условий для развития продуктовых ИТ-компаний. Декрет предусматривает возможность заключения сделок в сети Интернет, возможность оформления первичных учётных документов в одностороннем порядке, то есть без подписи контрагента и т. д. В области виртуальной логистики Интернет – один из лучших способов привлечь к сотрудничеству широкий круг партнеров, например, в среду интернет-проекта. Понятия виртуальной логистики и сетевой экономики связаны с развитием информационных технологий, что приводит к развитию новых сетевых хозяйственных структур [1].

В ходе данной работы рассмотрены QR-коды как средства цифровой экономики, используемые на практике логистическими компаниями. В наше время всё большее распространение получают QR-коды. QR-код, или же Quick Response, представляет собой матричный двоичный код, состоящий из множества черных квадратов, размещенных сеткой на белом фоне, который выдает информацию для быстрого распознавания с помощью камеры на мобильном телефоне.

Эта технология была придумана специалистами японской фирмы Denso-Wave в 1994 году для хранения большого количества информации при небольшой площади ее размещения. QR-коды достаточно просты в использовании, и они способны в развёрнутом виде обеспечить нас необходимой информацией, перенаправить на необходимый сайт [2].

При создании QR-кода имеется возможность добавлять фоновые изображения, вставки, разноцветные элементы, логотипы компаний и многое другое. А создать QR-код может любой желающий. Такие технологии возможны и в нашей стране благодаря генератору QRcode.by [2].

Для создания собственного QR-кода достаточно только перейти на сайт QRcode.by, ввести информацию для кодирования и за считанные секунды получить свой готовый QR-код. Для считывания полученного изображения достаточно скачать и установить любой QR-сканер на мобильное устройство, навести камеру на изображение и получить необходимый результат.

В 2012 году международная консалтинговая компания, специализирующаяся на рынках инновационных технологий J'son&PartnersConsulting, провела опрос среди владельцев мобильных устройств в крупных городах России. В результате чего было выявлено, что треть опрошиваемых (33 %) имеет представление о QR-кодах и иногда применяет эту технологию, При этом, 59 % опрошенных не слышали о них, а 8% были неправильно информированы. Проведенное авторами в марте 2019 года собственное маркетинговое исследование среди студентов второго курса позволило сделать следующие выводы: с понятием QR-кода знакомо 59 % опрошиваемых, 23 % сталкивались с этим понятием, но имеют неправильно представление о QR-кодах и 18 % никогда не встречались с такой технологией.

QR-коды получили широкое применение во всех отраслях экономики, включая логистику. В логистике существует метод «быстрого реагирования», который основан на применении QR-технологии. Он помогает установить логистическую координацию между субъектами оптовой и розничной торговли. В результате происходит оптимизация движения готовой продукции в распределительных сетях, учитывая прогнозируемое изменение спроса. Суть метода QR в логистике заключается в том, чтобы оценивать спрос в реальном масштабе времени, насколько это возможно [3].

Известна современная практика американской корпорации IBM, которая одной из первых продемонстрировала решение по отслеживанию поставок пищевых продуктов с использованием блокчейн-технологии. Каждая единица упакованного товара промаркирована с помощью QR-кода, по которому покупатель может узнать детальную информацию о приобретаемом продукте.

Использование блокчейна для отслеживания цепочек поставок становится международным трендом, причем как для пищевых, так и для непищевых товаров [4]. Однако стоит отметить, что в Беларуси и странах ближнего зарубежья такие технологии только начинают развиваться.

QR-код получил широкое применение и в другом направлении. В качестве объекта исследования были выбраны такие компании, как Asstra, Transconsult, Fesco, Transline, которые используют QR-технологии [5]. Помимо прямого назначения – перенести удобным способом информацию в мобильное устройство, QR-коды используют как средство коммуникации и привлечения внимания в рекламных кампаниях. Статистика сканирования или трекинг QR-кодов даёт оценку количества контактов пользователей с информацией, зашифрованной в QR-коде, оценку заинтересованности покупателей в определенной группе товаров/услуг, информацию о пиках активности по дням недели, часам или сезонам, оценку эффективности различных типов рекламных носителей и рекламных площадок, оценку регионального и территориального интереса/спроса.

Трекинг (отслеживание) QR-кодов нужен тем, кто хочет знать, была ли информация, зашифрованная в QR-коде, доставлена потребителю и в каком количестве. Именно такое применение QR-кодов активно развивается в Беларуси и странах ближнего зарубежья [3, 4].

В процессе данной работы авторы рассмотрели практику применения QR-кодов ведущими логистическими компаниями Беларуси, России и Казахстана. Каждая из рассмотренных компаний (Asstra, Transconsult, Fesco, Transline) активно использует QR-технологии. На официальных сайтах компаний представлены собственные QR-коды, содержащие подробную информацию о компании и контактные данные. Отметим также, что помимо официальных сайтов логистические компании размещают QR-коды как рекламу в интернете, печатают на визитках, брошюрах, фирменной продукции, собственном транспорте

и многом другом. Авторам представляется перспективным направлением следующего этапа работы исследование опыта использования QR-кода в системе оплаты проезда в городском транспорте в г. Бресте.

Список цитированных источников

1. Небелюк, В.В. Технологии виртуальной логистики в практике популяризации проектов малого бизнеса в Беларуси / В.В. Небелюк // Логистический аудит транспорта и цепей поставок: материалы Международной научно-практической конференции (26 апреля 2018 г.) / отв. редактор О. Ю. Смирнова. – Тюмень: ТИУ, 2018. – С. 96 - 104.

2. QR code генератор [Электронный ресурс]. – Брест, 2018. Режим доступа: <http://qrcode.by>. – Дата доступа: 19.03.2019.

3. Официальный сайт логистической компании «Asstra» [Электронный ресурс]. – Брест, 2018. Режим доступа: www.asstra.by. – Дата доступа: 10.03.2019.

4. Официальный сайт логистической компании SaMoTrans [Электронный ресурс]. – Брест, 2018. Режим доступа: <http://samotrans.by> – Дата доступа: 12.03.2019.

5. Официальный сайт логистической компании Transconsult [Электронный ресурс]. – Брест, 2018. Режим доступа: www.transconsult.by – Дата доступа: 12.03.2019.

УДК 004.738.5:339.138.5(045)

Якубюк В. В.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н. Г.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Маркетинговые исследования в интернете имеют следующие возможности:

- Позволяют оценивать рынок, прежде всего, в отношении потребительских предпочтений и новых возможностей;
- Расширяют и систематизируют важную маркетинговую информацию;
- Являются важным элементом формирования маркетинговой информационной системы компании;
- Повышают обоснованность принимаемых решений.

Сегодня ключевые преимущества получает тот продавец, который разговаривает с потребителем на его языке – говорит то, что он хочет услышать, и дает ему такой товар, который соответствует либо превосходит его ожидания. Именно для этих целей и проводятся маркетинговые исследования, в том числе интернет-исследования.

При сокращении спроса стоит вопрос точечного попадания в потребности своей целевой аудитории. А результаты исследований помогают бизнесу не только разобраться с ситуацией на рынке и обозначить место, которое занимает на нем компания, но и понять мотивацию, стереотипы и представления потребителей. Об этом обязательно нужно помнить, пересматривая в связи с тяжелой ситуацией на рынке бюджеты на продвижение. В период кризиса маркетинговые исследования не должны исключаться из маркетинга фирмы [1].

В качестве небольшого эксперимента автором был проведен опрос по анкете в сети Интернет (связанный с рекламой в интернет-пространстве). Полученные результаты были довольно интересными: получена достаточно достоверная информация от респондентов, на основе которой можно сделать определённые заключения.

Это позволяет сделать вывод, что благодаря сети интернет можно проводить достаточно полезные и важные маркетинговые исследования, которые помогут наладить деятельность компании.

Наиболее часто используемые маркетинговые интернет-исследования на ООО «Белинвестторг»:

1. Анализ рынка и его сегментация, ведь прежде, чем выходить к потребителям с новым продуктом или предложением, нужно понять, как обстоят дела на рынке и какое место занимает на нем компания.

2. Важен классический анализ потребителей, позволяющий разобраться в мотивах, ценностях и установках аудитории. Компании далеко не всегда сами знают свою реальную аудиторию.

3. Определённым спросом пользуются исследования в области рекламы, в частности, предварительное тестирование рекламных материалов. Это незначительная статья в маркетинговом бюджете компании, позволяющая выявить возможные недочеты в рекламном сообщении.

Зачастую компании, которые проводят мониторинг эффективности рекламы на рынке, отслеживают реакцию не только на свою рекламу, но и на рекламу конкурентов. Это помогает понять, о каких конкурентных предложениях лучше всего осведомлены потребители, какие предложения конкурентов вызвали у них интерес, и оперативно реагировать на эту ситуацию.

4. В последнее время часто используются такие методы, как «тайный покупатель» или «тайный звонок», позволяющие оценивать качество работы персонала компании-конкурента.

5. Положение конкурентов также изучается с помощью кабинетных исследований, которые основываются на сборе вторичной информации из открытых источников. Это может быть официальная статистическая информация, оценки экспертов, различные отраслевые обзоры [2, 3].

Компания ООО «Белинвестторг» не пользуется услугами компаний, специализирующихся на проведении интернет-исследований. Это связано с тем, что на предприятии имеется свой отдел маркетинга из 5 высококвалифицированных специалистов.

Исследуя уровень интернет-продаж компании на внутреннем рынке, провели сегментацию потребителей продукции ООО «Белинвестторг» по регионам (рис.1):

- Минск
- Брестская область
- Витебская область
- Гомельская область
- Гродненская область
- Минская область
- Могилевская область

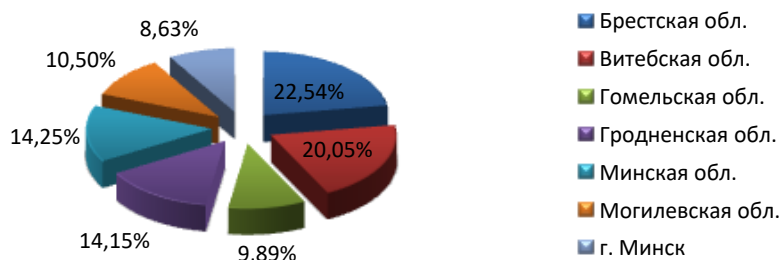


Рисунок 1 – Удельный вес потребителей по регионам

Источник: Собственная разработка

Наиболее часто проводимые маркетинговые интернет-исследования, в которых может принять участие каждый активный интернет-пользователь, — это опросы различного рода в социальных сетях. Такие опросы состоят, как пра-

вило, из одного/двух вопросов. Они не дадут полную информацию о состоянии рынка, но помогут определить направление дальнейшей деятельности или получить ответ на конкретный вопрос [3].

Автором проведен опрос и получены следующие результаты (рисунки 2, 3, 4):

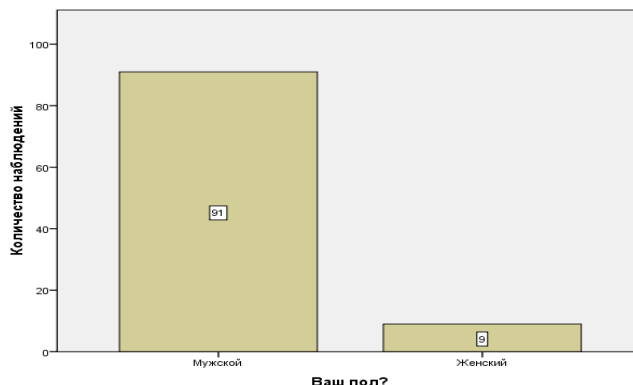


Рисунок 2 – Удельный вес участников по полу (91% - мужской пол и 9% женский пол)

Источник: Собственная разработка

Критерии по важности хорошего аккумулятора от 1 до 7 (1- самый важный, 7 – наиболее неважный). Не ответили на данный вопрос 3 респондента. Средняя оценка 2. Наиболее часто встречающаяся оценка -1 (рисунок 3).

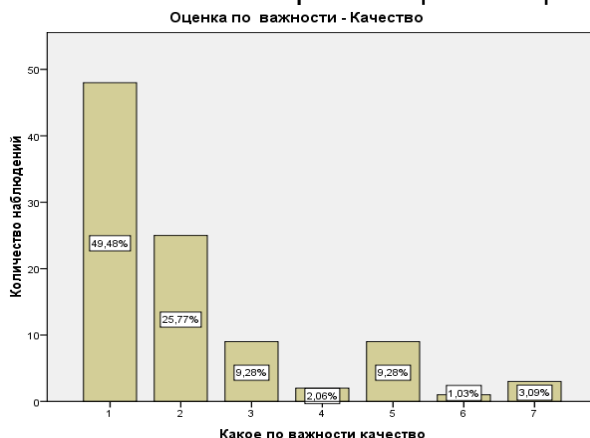


Рисунок 3 – Удельный вес оценки потребительских свойств по качеству

Источник: Собственная разработка

На данный вопрос не ответило 4% респондентов. Средняя оценка – 5. Наиболее часто встречающаяся оценка 6 (рисунок 4).

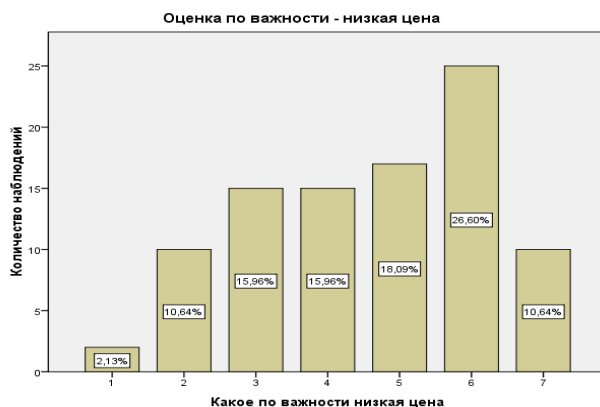


Рисунок 4 – Удельный вес оценки потребительских свойств по цене

Источник: Собственная разработка

Влияние интернет-исследования для успешной работы предприятия и разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия ООО «Белинвестторг»

Для мотивации потребителей и получения более обширной и точной информации может быть весьма эффективным проведение рекламных игр, например, «Купи аккумулятор – получи BMW-байк». Это позволит проводить маркетинговые интернет-исследования в рамках самой игры, где обязательным условием является заполнение анкеты участника. Такие мероприятия одновременно повышают узнаваемость бренда, мотивируют потенциальных покупателей приобрести необходимый продукт именно у организаторов акции, а также получить необходимые сведения о покупателе.

В маркетинговом исследовании лучших результатов добивается тот, кто осуществляет творческий подход, проявляет инициативу, находит новые, нетрадиционные пути исследования. Креативный, творческий подход позволит исследователю получить опережающую, а не фиксирующую информацию [1].

Автором определены следующие достоинства интернет-исследований:

1. Стоимость и сроки.

В отличие от классических исследований, онлайн-опросы не требуют механической работы массы людей: интервьюеров и кодировщиков анкет. В результате, значительно снижается стоимость исследования и увеличивается скорость сбора данных.

2. Достижимость целевой аудитории.

При проведении опросов в интернете на порядок повышается достижимость целевой аудитории. Например: за 7 дней можно опросить 500 владельцев аккумуляторов Zubr, узнать, где они его купили и что они думают по поводу продавца. Это даст информацию о долях рынка в данном сегменте, аудитории конкурентов и степени лояльности к ним. В реальной жизни провести подобный опрос в такие сроки довольно трудоемко.

3. Отсутствие «эффекта интервьюера». При проведении опросов в интернете отсутствует «эффект интервьюера». Дело в том, что интервьюер невольно влияет на ответы респондентов в живых опросах. В онлайн же этот эффект исчезает.

4. Отсутствие «человеческого фактора». Нередко ошибки возникают при переносе информации из бумажных анкет в базу данных. В интернете это невозможно, т. к. кодировщик анкет в принципе отсутствует.

5. Размещение медиа-материалов. В онлайн-опросах возможно демонстрировать видео-и аудиоматериалы, изображения, что позволяет проводить тесты продуктов и рекламных материалов.

6. Возможность опроса за границей. Так же возможно проводить опросы за границей, что будет крайне полезно компаниям, которые вышли или планируют выходить на внешние рынки.

7. Дополнительные возможности контроля. В интернет-исследованиях появились дополнительные возможности контроля качества данных. Например, контроль скорости заполнения анкеты.

При наличии преимуществ, интернет-исследования имеют следующие недостатки:

1. Ограничение целевой группы пользователями компьютеров, имеющих подключение к сети.

2. Проблемы, связанные с формированием выборки, что зависит от места и времени размещения анкеты.

3. Сложности с мотивацией пользователей на опрос, так как они очень ценят время и избегают тратить его непродуктивно.

4. Ограничения на темы исследований, которые сегодня можно проводить в интернете.

5. Проблемы с обеспечением безопасности данных, сообщаемых о себе респондентами.

6. Смещение выборки при интернет-опросах. Результаты любого опроса, не затрагивающего интернет-специфическую тематику, будут смещенными. Это означает, что в опросах могут принимать участие посетители, которые:

- могут отвечать на вопросы нечестно (в частности, неправильно указывать свой пол, возраст и доход);

- являются наиболее активными пользователями, имеющими лучшие возможности доступа к сети (лучшие каналы связи, более быстрые компьютеры, имеющие больше свободного времени и т. д.), т. е. заведомо обладающими некоторыми характеристиками, которые потенциально могут влиять на ответы на различные вопросы;

- могут быть случайными, «не целевыми» посетителями сайта [3].

Разумеется, у опросов в Сети есть и минусы – это, увы, не 100% проникновение интернета. Однако сегодня в подавляющем большинстве случаев интернета достаточно, для того, чтобы опросить практически любые целевые аудитории. В результате интернет стал мощным инструментом маркетингового анализа, который позволил решать трудоемкие задачи гораздо быстрее и дешевле.

Список цитированных источников

1. Портал независимых исследований в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thinktanks.by/> – Дата доступа: 19.03.2019.

2. Книга «Основы маркетинга» Филип Котлер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf – Дата доступа: 03.04.2019.

3. Информационный портал «Маркетинг». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mymonday.by/marketing?utm_source=yandex&utm_medium=context&_openstat=ZGlyZWN0LnIhbmRleC5ydTszODc1MzY2Njs2NjA1OTUxOTM5O3lhbmRleC5ieTpwcmVtaXVt&yclid=2829070255069618758 – Дата доступа: 24.03.2019.

УДК 657.1

Ярошевич Д. А.

Научный руководитель: доцент Сенокосова О. В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ИНВЕСТИЦИЙ В АССОЦИИРОВАННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ МСФО

В период стабильной работы предприятию важно привлечь финансирование в инвестиционных целях. В то время как для организации-инвестора важно получить выгоду от вложений в данное предприятие. Поэтому инвестиции в уставный капитал – это то, что сможет удовлетворить потребности обеих сторон. Но для оценки финансового состояния организации-инвестора необходимо достоверно определить стоимость его инвестиций в уставный фонд другой организации, поскольку с течением времени реальная стоимость инвести-

ций может меняться в зависимости от эффективности работы другого предприятия. Этот вопрос приобретает особую актуальность в Республике Беларусь, поскольку отдельные предприятия наряду с национальной отчетностью обязаны составлять и отчетность согласно международным стандартам финансовой отчетности (далее – МСФО). Поэтому целью данной работы является установление значимых расхождений в учете инвестиций в уставный капитал организаций, исходя из требований МСФО и национального учета (далее – НСБУ) с целью исключения ошибок или элементарного недопонимания.

Правила учета данного вида инвестиций согласно МСФО определяет стандарт IAS 28 «Инвестиции в ассоциированные организации и совместные предприятия» (далее – IAS 28) [1], а в Республике Беларусь – Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Консолидированная бухгалтерская отчетность», утвержденный Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь № 46 от 30 июня 2014 г. (далее – НСБУ № 46) [2].

Согласно п. 5 IAS 28, ассоциированной признается организация, на которую инвестор оказывает прямо или косвенно (например, через дочерние предприятия) значительное (существенное) влияние, то есть владеет более 20% голосующих акций, за исключением случаев, когда существуют убедительные доказательства обратного. Это позволяет инвестору участвовать в принятии решений, связанных с финансовой и операционной политикой организации, при этом сама же ассоциированная организация остаётся независимой, со своим собственным управлением и собственной годовой отчётностью, не превращаясь в дочернюю компанию или совместное предприятие. И наоборот, если предприятию прямо или косвенно принадлежит менее 20% прав голоса в отношении объекта инвестиций, то считается, что предприятие не имеет значительного влияния, за исключением случаев, когда существуют убедительные доказательства обратного. Также следует иметь в виду, что согласно стандарту IFRS 10 «Консолидированная финансовая отчетность», если акционер владеет контрольным большинством голосов, то он имеет контроль над акционерным предприятием, а не оказывает значительное влияние. Однако наличие крупного или контрольного пакета акций, принадлежащего другому инвестору, не обязательно исключает наличие у предприятия значительного влияния.

Белорусское законодательство рассматривает ассоциированное предприятие как зависимое хозяйственное общество (п. 2 НСБУ № 46), а инвестиции приравниваются к понятию долгосрочных финансовых вложений (п. 14 НСБУ №46), однако оно не определяет такие понятия, как значительное влияние и контроль. Стоит отметить, что в соответствии со статьей 8 Закона Республики Беларусь «О хозяйственных обществах» от 9 декабря 1992 г. №2020-XII хозяйственное общество признается зависимым, если другое хозяйственное общество имеет долю в уставном фонде (акции) этого общества в размере, соответствующем 20% и более голосов от общего количества голосов, которыми оно может пользоваться на общем собрании участников [3]. Таким образом, понятие зависимого хозяйственного общества сводится прежде всего к участию в уставном фонде, т. е. учитываются в первую очередь юридические признаки влияния.

В то время как МСФО требует более глубокого анализа отношений между инвестором и объектом инвестиций, чем просто подсчет доли участия в объекте инвестирования, т. е. рассматривает и экономическую связь за счет значительного влияния. Ведь на практике юридическая связь может не суще-

ствовать или быть завуалированной через большое количество подставных учредителей, однако экономическая связь двух юридических лиц обычно более чем очевидна, следовательно, значительное влияние будет налицо.

Для учета данного вида инвестиций в консолидированной финансовой отчетности в международном и отечественном бухгалтерском учете основным признается метод долевого участия, однако суть данного метода раскрывается только в МСФО.

Как было сказано ранее, в НСБУ №46 отсутствует четкое определение метода долевого участия, однако, как и в МСФО, указаны критерии, по которым изменяется балансовая стоимость инвестиций. Так, в соответствии с п. 14 НСБУ № 46 чистая прибыль (убыток) и прочая совокупная прибыль (убыток) ассоциированного предприятия корректируются на выраженную в процентах долю собственного капитала ассоциированного предприятия, принадлежащую материнскому предприятию. При этом, скорректированная сумма чистой прибыли (убытка) отражается отдельной статьей в составе доходов (расходов) по инвестиционной деятельности за вычетом суммы дивидендов, причитающихся материнскому предприятию. Скорректированная сумма совокупной прибыли (убытка) отражается отдельной статьей в составе доходов (расходов) от прочих операций, не включаемых в чистую прибыль (убыток) [2].

НСБУ № 46 не рассматривает порядок учета инвестиций в ассоциированное предприятие в случае, если убытки ассоциированного предприятия превышают балансовую стоимость инвестиций, однако на практике такое возможно. Поэтому для целей учета, если в результате убытков ассоциированного предприятия балансовая стоимость доли инвестора равна нулю, последующие убытки рекомендуется учитывать на забалансовом счете «Непризнанная доля в убытках ассоциированных компаний». Как только ассоциированное предприятие снова начнет получать и отражать в отчетности прибыль, доля компании-инвестора в этой прибыли будет отражаться на забалансовом счете в уменьшение ранее признанного убытка. После того, как на забалансовом счете по учету доли инвестора в убытке ассоциированной компании остаток будет равен нулю, компания-инвестор начнет увеличивать балансовую стоимость инвестиции на сумму приходящейся на ее долю прибыли ассоциированной компании.

В белорусском законодательстве отсутствуют нормы, которые более подробно описывают метод долевого участия. Также нет норм, которые бы предписывали правильное отражение инвестиций в ассоциированное предприятие в индивидуальной бухгалтерской отчетности, в то время как п. 10 IAS 27 «Отдельная финансовая отчетность» говорит о том, что инвестиции в ассоциированную организацию должны отражаться в отдельной финансовой отчетности предприятия либо по первоначальной стоимости, либо в соответствии с IFRS 9 «Финансовые инструменты», либо с использованием метода долевого участия, как описано в IAS 28.

Рассмотрев основные понятия и метод учета инвестиций в ассоциированные предприятия согласно МСФО, можно сделать вывод, что необходимо внести некоторые дополнения в нормативную базу Республики Беларусь, регулиующую методику бухгалтерского учета данного вида инвестиций:

1. Определить понятие «существенного влияния».
2. Уточнить сущность метода долевого участия.

3. Ввести нормы, которые бы регулировали порядок бухгалтерского учета инвестиций в ассоциированные предприятия и их отражения в индивидуальной финансовой отчетности.

Внесение изменений в нормативную базу, регулиующую национальный бухгалтерский учет, позволит эффективно решить поставленные задачи проведения отечественной методологии учета инвестиций в ассоциированные организации в соответствии с международными требованиями и приведет к повышению информационной ценности бухгалтерской отчетности для ее потенциальных пользователей.

Список цитированных источников

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 28 «Инвестиции в ассоциированные и совместные предприятия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docviewer.yandex.by/view/0/?*=pJq16N9OwNi%2– Дата доступа: 10.04.2019.

2. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Консолидированная бухгалтерская отчетность», утвержденный Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь № 46 от 30 июня 2014 г.[Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://kodeksy-by.com/norm_akt/source-Минфин%20РБ/type-Постановление/46-30.06.2014.htm – Дата доступа: 11.04.2019.

3. Закон Республики Беларусь «О хозяйственных обществах» от 9 декабря 1992 г. № 2020-XII [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://kodeksy-by.com/zakon_rb_-_o_hozyajstvennyh_obwestvah.htm– Дата доступа: 12.04.2019.

УДК 657.1

Ярошевич Д. А.

Научный руководитель: доцент Сенокосова О. В.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ИНВЕСТИЦИЙ В АССОЦИИРОВАННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ МСФО

Вопросы подготовки консолидированной финансовой отчетности в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (далее – МСФО) в настоящее время представляют особый интерес и являются актуальными как для белорусских, так и для зарубежных компаний. В связи с этим важно проанализировать зарубежный опыт составления консолидированной финансовой отчетности по МСФО, ведь это может помочь белорусским предприятиям избежать ряда проблем при первой или дальнейшей ее подготовке.

Одним из проблемных вопросов, которые возникают при подготовке консолидированной финансовой отчетности, является вопрос о том, как правильно отразить инвестиции одной компании в другую компанию. Стандарты МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнесов» (далее – IFRS 3) и МСФО (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» (далее – IFRS 10) посвящены различным аспектам контроля над данным видом инвестиций, т. е. как определить и учесть эти инвестиции, а также как их консолидировать в отчетности. Однако международные стандарты требуют от составителя финансовой отчетности, чтобы в отчете о прибылях и убытках была представлена доля прибылей и убытков ассоциированных организаций и совместной деятельности [1].

Правила учета таких инвестиций определяются стандартом МСФО (IAS) 28 «Инвестиции в ассоциированные организации и совместные предприятия» (далее – IAS 28). Целью стандарта является определение требований к учету инвестиций в ассоциированные компании, а также применение метода долевого участия при учете инвестиций в ассоциированные компании и совместные предприятия (п. 1 IAS 28).

В соответствии с п. 5 IAS 28 ассоциированной признается та организация, на которую инвестор оказывает прямо или косвенно (например, через дочер-

ние предприятия) значительное (существенное) влияние, то есть владеет более 20% голосующих акций, за исключением случаев, когда существуют убедительные доказательства обратного. Также есть и другие способы доказать значительное влияние согласно стандарту IAS 28:

- представительство в совете директоров или аналогичном органе управления объектом инвестиций;
- участие в процессе выработки политики, в том числе участие в принятии решений о выплате дивидендов или ином распределении прибыли;
- наличие существенных операций между предприятием и его объектом инвестиций;
- обмен руководящим персоналом или предоставление важной технической информации [2].

Согласно IAS 28, при оценке того, имеет ли организация значительное влияние на объект инвестиций, должны учитываться такие факторы, как наличие и влияние потенциальных прав голоса [1].

Представим пример оценки наличия значительного влияния на объект инвестиций. Организации А принадлежит 16 % голосующих акций организации Б. Организация А имеет своих представителей в составе правления организации Б. Кроме того, организация А владеет опционом на покупку 3% акций с правом голоса организации Б, который может быть исполнен в любое время. Оценивая перечисленные факторы, организация А пришла к выводу о том, что она может оказывать значительное влияние на деятельность организации Б [3].

Как только инвестор получает значительное влияние, он должен применять в учете метод долевого участия, суть которого в следующем: при первоначальном признании инвестиции в ассоциированную организацию признаются по первоначальной стоимости, а затем их балансовая стоимость увеличивается или уменьшается за счет признания доли инвестора в прибыли или убытке объекта инвестиций после даты приобретения.

Согласно IAS 28 при первоначальном приобретении инвестиций возможна разница между себестоимостью инвестиций и долей инвестора в компании (оцененной по чистой справедливой стоимости идентифицируемых активов и обязательств), тогда:

- если себестоимость инвестиций выше, чем доля инвестора (разница положительная), то имеет место гудвил, который включается в стоимость инвестиций (отдельно не признается) и не амортизируется;
- если разница отрицательная, т. е. себестоимость инвестиций ниже, чем доля инвестора, то она признается как доход в составе прибыли или убытка в период приобретения инвестиций [2].

Необходимо обратить внимание, что после первоначального признания, когда ассоциированное предприятие несет убытки, и эти убытки превышают балансовую стоимость инвестиций, инвестор не может снизить балансовую стоимость инвестиций ниже нуля, поэтому он просто прекращает нести дальнейшие убытки.

Когда компания распределяет дивиденды инвестору, такое распределение уменьшает балансовую стоимость инвестиций. Также балансовая стоимость инвестиций может изменяться в связи с переоценкой основных средств.

Инвестору не нужно применять метод долевого участия в следующих обстоятельствах:

1. Инвестор является материнской компанией, которой не нужно подготавливать консолидированную финансовую отчетность в соответствии с исключениями, предусмотренными пунктом 4(a) IFRS 10, который сводится к следующему:

- компания является дочерней компанией, находящейся под полным или частичным контролем другого инвестора, и владельцы этой другой компании-инвестора проинформированы и не возражают против того, что дочерняя компания не применяет метод долевого участия;

- долговые или долевыми инструментами предприятия не торгуются на открытом рынке;

- предприятие не предоставляет свою финансовую отчетность в Комиссию по ценным бумагам или другой аналогичный орган с целью эмиссии финансовых инструментов любого класса на открытом рынке;

- конечная или любая промежуточная материнская компания объекта инвестиций составляет консолидированную финансовую отчетность в соответствии с МСФО, доступную для публичного использования.

2. Когда инвестиции в ассоциированную компанию или совместное предприятие удерживаются в компании, которая является венчурной организацией, взаимным или паевым фондом или аналогичным предприятием, тогда инвестор может оценивать инвестиции по справедливой стоимости через прибыль или убыток в соответствии с МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» (и таким образом, не применять метод долевого участия). То же самое относится к ситуации, когда инвестор осуществил инвестиции в ассоциированную компанию, часть которой принадлежит таким организациям.

Инвестор прекращает применять метод долевого участия, когда его объект инвестиций перестает быть ассоциированным или совместным предприятием. Способ прекращения зависит от конкретных обстоятельств [1].

Таким образом, стандарт МСФО IAS 28 регулирует раздел финансовой отчетности, свидетельствующий об эффективности совершенных «большим бизнесом» капиталовложений в ассоциированную организацию. Этот управленческий инструмент является еще одной возможностью прогрессивного развития бизнеса и увеличения собственного совокупного дохода, поэтому не может выделяться в особую категорию в консолидированной финансовой отчетности. Применение стандарта IAS 28 позволяет компаниям, сдающим отчетность согласно международным финансовым стандартам, оценить данный управленческий инструмент и раскрыть его влияние на общее финансовое состояние. При этом пользователи финансовой отчетности получают дополнительный блок аналитических данных для принятия последующих управленческих решений.

Список цитированных источников

1. IAS 28 - Учет инвестиций в ассоциированные организации и совместные предприятия: обзор основных положений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fin-accounting.ru/articles/2018/ias-28-accounting-investments-in-associates-and-joint-ventures>– Дата доступа: 09.04.2019.

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 28 «Инвестиции в ассоциированные организации и совместные предприятия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docviewer.yandex.by/view/0/?*=pJq16N9OwNi%2– Дата доступа: 10.04.2019.

3. Учет инвестиций в ассоциированные и совместные компании по МСФО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/344477/finansy/uchet_investitsiy_assotsirovannyye_sovmestnye_kompanii_msfo– Дата доступа: 10.04.2019.

4. Журавлев, А. В. Технические возможности русского языка в области предметной номинации // Способы номинации в современном русском языке. – М. : Наука, 1982. – 293 с.

5. Русско-белорусский политехнический словарь : в 2 т. – НАН Беларуси, Ин-т языкознания им. Я. Коласа; ред. И. А. Бурак [и др.]. – Минск : Беларуская навука, 1997. – 839 с.

СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

КЛАССИФИКАЦИИ ОСНОВАНИЙ НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ СДЕЛОК

Согласно правовой доктрине юридическое значение имеет лишь кауза сделки – правовой результат. Однако для защиты интересов сторон сделок в ряде случаев учитывается (фактическая) цель и мотив (намерение, формирующее цель сделки). Исходя из того, что каузальность сделок презюмируется и, в силу этого преобладающее большинство сделок – каузальные, основания недействительности сделок можно разделить на четыре группы: незаконность каузы, отсутствие каузы, недостижимость каузы и в ряде случаев (безвозмездные сделки, реальные сделки) – незаконность цели.

Классическая теория недействительности сделок выделяет четыре группы условий (оснований) недействительности сделок, так называемых пороков сделки: порок содержания, порок воли (и волеизъявления), порок субъектного состава, порок формы.

В статьях 169-184 Гражданского кодекса Республики Беларусь [1] (далее – ГК) указаны общие основания недействительности сделок. Однако, кроме общих оснований, гражданское законодательство содержит и специальные основания недействительности сделок. Так, в статьях 109,110,114 Закона Республики Беларусь об экономической несостоятельности (банкротстве) [2] (далее – Закон о банкротстве) предусмотрены такие основания признания сделок недействительными, как: предпочтение интересов одних кредиторов в ущерб интересам других; неравнозначность основному встречного предоставления по сделке; сделки, причинившие (приводящие к причинению) вреда кредиторам.

В настоящей работе мы соотнесли основания недействительности каузальных сделок с пороками сделки и условиями недействительности сделок, предусмотренными гражданским законодательством Республики Беларусь (см. Таблицу).

Таблица – Соотнесение оснований недействительности каузальных сделок с пороками сделки и условиями недействительности сделок, предусмотренными гражданским законодательством Республики Беларусь

Основания недействительности каузальных сделок	Основания недействительности (пороки) сделок, разработанные классической теорией	Основания недействительности, предусмотренные законодательством
1	2	3
незаконность каузы сделки	содержания	ст. 169 ГК (сделки, не соответствующие законодательству) ст. 170 ГК (сделки, запрещенные законодательством) ч. 3 ст. 183 ГК (ничтожность сделки, совершенной представителем в отношении себя лично или в отношении другого лица, представителем которого он одновременно является)

Продолжение таблицы

1	2	3
отсутствие каузы сделки	волеизъявления	ст. 171 ГК (мнимые и притворные сделки)
	воли	ст. 177 ГК (недействительность сделки, совершенной гражданином, не способным понимать значение своих действий и руководить ими) ст. 179 ГК (недействительность сделки, совершенной под влиянием заблуждения) ст. 180 ГК (недействительность сделки, совершенной под влиянием обмана, насилия, угрозы, злонамеренного соглашения представителя одной стороны с другой стороной или вследствие стечения тяжёлых обстоятельств)
	формы	ст. 163 ГК (последствия несоблюдения простой письменной формы сделки) ст. 521 ГК (форма договора продажи недвижимости) ст. 531 ГК (форма и государственная регистрация договора продажи предприятия) ст. 580 ГК (форма и государственная регистрация договора аренды)
недостижимость каузы сделки	субъектного состава	ст. 172 ГК (недействительность сделки, совершенной гражданином, признанным недееспособным) ст. 173 ГК (недействительность сделки, совершенной несовершеннолетним, не достигшим 14 лет) ст. 174 ГК (недействительность сделки юридического лица, выходящей за пределы его правоспособности) ст. 175 ГК (последствия ограничения полномочий на совершение сделки) ст. 176 ГК (недействительность сделки, совершенной несовершеннолетним в возрасте от 14 до 18 лет) ст. 178 ГК (недействительность сделки, совершенной гражданином, ограниченным судом в дееспособности) ст. 184 ГК (заключение сделки неуполномоченным лицом)
незаконность цели сделки	содержания	стст. 109, 110 Закона о банкротстве

Так, сделки с пороком воли, волеизъявления и формы можно отнести к сделкам, недействительным по такому основанию, как **отсутствия каузы**.

К сделкам с **пороком волеизъявления** относятся мнимые и притворные сделки (ст. 171 ГК). Мнимые сделки не содержат основания (не имеют целью возникновения заявленных юридических последствий), т. к. они заключаются исключительно для создания видимости возникновения юридических последствий. Притворные сделки заключаются для того, чтобы скрыть факт возникновения одних юридических последствий другими. При этом кауза сделки, ко-

торую прикрывает притворная сделка (основание которой отсутствует), существует. Эти сделки не имеют юридической целью получение обозначенного юридического результата.

Основание отсутствует, когда имеет место насилие или иное принуждение к заключению того или иного договора (имеется **порок воли**). Например, лицо вследствие насилия или шантажа подписывает расписку, признающую заём, которого в действительности не было. В данном примере договор займа является недействительным по п. 1 ст. 180 ГК. Могут быть письменные доказательства существования договора, но обязательства из такого договора не могут получить силы, поскольку отсутствует основание договора – сторона, в отношении которой применено насилие или принуждение не имела цели достигнуть определённый правовой результат. В данном примере договор займа является недействительным по ст. 180 ГК (сделки, совершенной под влиянием обмана, насилия, угрозы, злонамеренного соглашения представителя одной стороны с другой стороной или вследствие стечения тяжёлых обстоятельств). К сделкам с пороком воли относят также: сделки, совершенной гражданином, не способным понимать значение своих действий и руководить ими (ст. 177 ГК); сделки, совершенной под влиянием заблуждения (ст. 179 ГК).

Сделки с пороком воли не содержат цели, так как воля лежит в основе целенаправленного действия, т. е. сделки. Н. В. Рабинович пишет: «Без воли не может быть сделки, ибо воля составляет самое существо сделки» [3, с. 43]. При этом под пороком воли необходимо понимать отклонения, возникающие в процессе формирования, а также изъявления воли [4, с. 22]. Указанные отклонения вызываются ошибочной посылкой. В конечном итоге, как отмечает А. В. Зарубин, важно, как эта посылка была воспринята лицом; это имеет значение для установления факта порочности воли. А уже потом имеет значение причина: произошла ли ошибка в силу свойств субъекта (например, заблуждение) либо действий третьих лиц (например, обман). Зародившаяся в процессе формирования и изъявления воли ошибка отражается на цели, которую надеется достигнуть обманутый, и, как следствие, имеющийся юридический результат отличается от того, который на самом деле стремилось достигнуть лицо. Реальная цель отсутствует по причине того, что её формированию помешали посторонние обстоятельства (такие, как обман, насилие и т. д.). Но для классификации недействительной сделки и применения её последствий значение будет иметь второе обстоятельство – причина ошибочного восприятия. Психологическая природа воли, а, следовательно, её субъективный характер не делают волю тем объектом, который находится вне поля правового регулирования [4, с. 31].

Важным условием действительности сделки является выражение волеизъявления в требуемой законом или соглашением форме. Например, в случаях, прямо указанных законодательными актами или в соглашении сторон, несоблюдение простой письменной формы сделки влечёт её недействительность (п. 2 ст. 163 ГК). Для отдельных видов сделок существуют конкретные требования к форме сделке (аренды, продажи предприятия и др.). И хоть государственная регистрация сделки и не является формой сделки, а государственным актом, однако сопряжена с нею. Порок формы не следует отделять от государственной регистрации, а стоит дополнить отсутствием государственной регистрации.

Ещё в римском праве сделка считалась совершённой при условии соблюдения формы. Неформальные соглашения назывались в римском праве *реста*

раctio и по общему правилу не пользовались исковой защитой. Они не входили в область права и не порождали никаких юридических последствий, их исполнение предоставлялось на добрую волю сторон (bona fides) [5, с. 295.]. И сегодня при несоблюдении формы сделка не порождает юридические последствия (защищаемые государством права и обязанности). Можно сказать, что государство, не признавая сделку, не видит и целей её совершения (кауза сделки отсутствует).

Сделки, совершение которых **запрещено либо не соответствует законодательству**, являются ничтожными согласно статьям 169 и 170 ГК. Такие сделки соответствуют сделкам с **пороком содержания** и каузальным сделкам, недействительным по основанию **незаконности (недозволенности) каузы**. Достижение юридического результата, т. е. реализация каузы сделки такого рода направлена на нарушение закона. Например, представительство с нарушением требований п. 3 ст. 183 ГК или осуществление лицензируемого вида деятельности без лицензии (недействительность по ст. 170 ГК).

Так, недозволенное (незаконное) основание определено в ст. 1133 Гражданского кодекса Франции [6] как запрещенное законом, противное добрым нравам и публичному порядку (например, обязательство заплатить за совершение деликта). Аналогичная норма существует в Гражданском кодексе Российской Федерации (ст. 169 ГК РФ «Недействительность сделки, совершенной с целью, противной основам правопорядка и нравственности») [7], но отсутствует в Гражданском кодексе Республики Беларусь, оставляя такие деяния в сфере действия уголовного права.

Сделки с пороком субъектного состава соответствуют сделкам, недействительным по основанию **недостижимости (невозможность достижения) правовой цели сделки (каузы)**, т. к. участники сделки не обладают правоспособностью и/или необходимым для данной сделки объемом дееспособности. Частным, на наш взгляд, случаем недостижимости каузы является **ложное основание**. Ложное основание имеет место тогда, когда вещь, по поводу которой заключен договор, например, дом (индивидуально-определенная вещь) сгорел, а стороны об этом во время продажи не знали и добросовестно заблуждались. Э. Ю. Ломидзе рассматривает случаи гибели вещи и после заключения сделки [8, с. 11]. На наш взгляд, в последнем случае речь будет идти не о недостижимости каузы сделки, а о недостижимости каузы обязательства.

Если иметь в фокусе момент заключения сделки, то по основанию невозможности достижения каузы будут признаны недействительными сделки с **пороком субъектного состава** (стст. 172-176, 178, 184 ГК). Ведь стороны сделки не в состоянии достичь желаемого юридического результата по той причине, что не обладают соответствующей праводееспособностью.

Хотя цель и мотив не являются элементами сделки, имеющими правовое значение, в отличие от каузы, однако **незаконность цели** является одним из оснований недействительности каузальных сделок. Это расширения понятия каузы сделки вызвано тем, что каузальная теория не содержит однозначного ответа по поводу основания безвозмездных или реальных (заключенных с момента совершения предоставления) сделок. В этих случаях имеет резон признать за основание цель сделки.

Среди же **оснований**, предусмотренных гражданским законодательством Республики Беларусь, можно, кроме общих, выделить и **специальные**. Речь идёт о статьях 109-110 Закона о банкротстве. Сделки должника признаются недействительными в тех случаях, когда целью должника было умышленное

причинение вреда кредиторам в результате сговора с другой стороной сделки. Применение норм данной статьи вызывает сложность определения фактических целей должника, которые не имеют юридического значения, как кауза, а остаются личными и непрозрачными. Нормы о недействительности сделок, предусмотренные статьями 109-110 закона о банкротстве, представляют собой частный случай норм статей 169-170 ГК. Так, статья 169 ГК, являясь основанием для статьи 170 ГК, определяет: «Сделка, не соответствующая требованиям законодательства, ничтожна, если законодательный акт не устанавливает, что такая сделка оспорима, или не предусматривает иных последствий нарушения». В силу этого сделки, указанные в статьях 109-110 Закона о банкротстве можно отнести к сделкам с **пороком содержания**.

Список цитированных источников

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: от 7 декабря 1998 г. № 218-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 17 июля 2018 г. № 135-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
2. Об экономической несостоятельности (банкротстве) [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 13 июля 2012 г. № 415-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 24 октября 2016 г. № 439-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. Рабинович, Н. В. Недействительность сделок и ее последствия / Н.В. Рабинович. – Ленинград: Изд-во ЛГУ, 1960. – 171 с.
4. Зарубин, А. В. Недействительность сделок с пороками воли : Дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 Краснодар, 2003. – 182 с.
5. Римское частное право: Учебник / Под ред. И. Б. Новицкого, И. С. Перетерского. – М. : Юриспруденция, 2001. – 488 с.
6. Гражданский кодекс Франции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://constitutions.ru/?p=416&page=1156>. – Дата доступа: 29.04.2019.
7. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1 [Электронный ресурс]: от 30.11.1994 № 51-ФЗ: в ред. от 03.08.2018 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
8. Ломидзе, Э. Ю. Недостижение цели договорной стороны в результате воздействия случая : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03. – Ростов-на-Дону, 2002. – 191 с.

УДК 1(091)

Денисюк А. П.

Научный руководитель: ст. преподаватель Наумова В. И.

ПОНЯТИЕ «ЭКЗИСТЕНЦИЯ» В РАБОТЕ С. КЬЕРКЕГОРА «СТРАХ И ТРЕПЕТ»

В статье рассматривается понятие «экзистенция» в работе «Страх и трепет» Серена Кьеркегора, три уровня существования и роль абсурда на религиозном уровне. Серен Обю Кьеркегор – религиозный философ и писатель, человек стоявший у истоков экзистенциализма. Экзистенциальную философию нередко называют ренессансом Кьеркегора. Что экзистенция для самого мыслителя?

Экзистенция в трудах датского философа, как истинное существование, представляется неким глубоко единичным, узнающим себя, самобытием индивида. Представляется возможным, не противореча Кьеркегору, назвать это субъективностью. В этой субъективности, запрашивающей себя, только и может существовать то внутреннее душевное напряжение, что делает из чело-

века единственного. «Думают, что экзистенцирование (Existieren) не является делом, не говоря уже о том, что оно является искусством (ведь все мы существуем); но мыслить абстрактно — это нечто. Но экзистенцировать в истине, т. е. пронизывать свою экзистенцию сознанием, одновременно быть вечно далеко, словно за ее пределами, и все-же в ней в настоящее время и все-же в становлении: это действительно тяжело» [4].

Что же такое мыслить абстрактно, Existieren и экзистенцировать в истине? Кьеркегор противопоставляет абстракцию экзистенции, как не дающую опыта действительного существования. Абстракция мысли для Кьеркегора, согласно с Хайдеггеровской позицией, это построение надчеловеческих конструкций, потеря единичного среди метафизических формул. Абстрактное — это всеобщее, субъективно-человеческое — конкретное. «Современное спекулятивное мышление сделало всё, чтобы позволить индивиду объективно выйти за пределы самого себя, однако на деле этого просто нельзя сделать» [3, с. 214]. Тут он также и противопоставляет свою философию единичного гегелевской тотальности, снятию противоречий. Кьеркегор пытается разорвать всеобщность на части, каждая из которых включает в себе всё. Но Гегель также выступает против абстрактного, как того, что учитывает лишь одну, ближайшую грань проблемы. Противопоставляет абстрактному мышлению диалектическое. Здесь почвой для полемики между Кьеркегором и Гегелем послужило различное понимание абстракции.

Хайдеггер пишет о экзистенцировании в истине Кьеркегора так: «проникать сознанием в собственную экзистенцию», выходить за рамки временного к вечному (божественному) [5, с. 23], «...не спекулятивно теряться в абсолютном и в нем растворяться, а устанавливать бесконечное различие между временем и вечностью — оставаться во временности» [5, с. 25], «иметь свою действительность в «составлении» вечности и становления, бесконечности и конечности, которая состоит в том, чтобы удерживать вместе эти моменты; и т. е. собственно быть христианином, т. е. постоянно становиться христианином; исходя из веры в становление Бога человеком в лице Христа понимать самого себя в действии перед Богом — это означает «существовать в истине» [6, с. 251].

Вечное для Кьеркегора это реальность божественного; вера — связь с конечностью человеческого измерения. Важна сама вера, основанная на постоянном самоотречении, «вера, которая празднует свой триумф, — это самое смехотворное из всего, что только можно себе представить» [2, с. 9]. Предполагается что во взаимодействии с божественной реальностью совершается не что иное как формирование истинной личности. Выбирая путь к вере, человек, тем самым, выбирает путь к истинному себе. Соприкосновение с божественным начинается с размыкания, которое у Кьеркегора выступает как синонимом открытости, возможности контакта. Но через некоторое время индивид обнаруживает, что открытость достигнута не была или замкнутость на самом деле преодолена не окончательно, он вынужден опять вернуться к процессу выбора пути экзистенцирования в истине. Выбор — это единовременный акт, философ же каким-то образом растягивает его. Возможно, постоянное подзрение в собственном искушении, и стихия всего творчества Кьеркегора — нахождение на пороге выбора — имеет своей целью сохранение душевного напряжения, страсти. Значимое место отводится человеческой страсти, «всякое движение бесконечности осуществляется посредством страсти» [2, с. 56], «и только на мгновение отдельный индивид, продолжая экзистировать, может стать единством бесконечного и конечного, — единством, выходящим за пределы экзистирования. Это мгновение есть мгновение страсти» [2, с. 59].

Именно в работе “Страх и трепет” подробно описан религиозный уровень существования, там же вводится известный пример абсурда веры – жертвоприношения Авраама. Всего Серен Кьеркегор выделяет три уровня экзистенции: эстетический, этический (разумный, ответственный) и религиозный.

Эстетический тип боится ничто и в страхе бежит, скрываясь за наслаждениями. Представитель эстетического - Дон Жуан, единственное его желание – продолжение удовольствия. «Эстетик именно стремится отрешиться от своей личности, чтобы возможно полнее отдаться данному настроению, всецело исчезнуть в нем — иначе для него и нет наслаждения» [7]. Кьеркегор называет Дон Жуана демоном, но при этом демоническое стоит к вере ближе безразличного. Обыватель не догадывается о возможности выбора, он живёт с оглядкой на других обывателей стараясь ничем от них не отличаться, такие люди составляют большинство. Эстет же отчётливо осознаёт страх. Страх является следствием понимания человеком своей конечности и свободы.

В отличие от бегства эстета, этик «мужественно сосуществует» с ничто, он находится как бы в борьбе с ним. Представителем этического является Сократ, в нём выражается внешнее – служение обществу, долг. «С точки зрения этического взгляда на жизнь задача единичного индивида состоит в том, чтобы избавиться от определения внутреннего и выразить его во внешнем» [1, с. 124]. Эстетическое существование находится в бегстве от смерти – «смерть не имеет к нам никакого отношения; когда мы есть, то смерти ещё нет, а когда смерть наступает, то нас уже нет» [8], так же как и от свободы, а значит, и от себя самого. В то время как этик полностью осознаёт собственную конечность, принимает ответственность свободы – «не живи так, точно тебе предстоит ещё десять тысяч лет жизни. Уже близок час. Пока живёшь, пока есть возможность, старайся стать достойным» [9]. Этик пребывает в противостоянии к ничто, где он может полагаться только на себя самого, при этом постоянно страдая. Тем не менее он не способен перенести одиночество вне всеобщего. «Служение Богу подменяют служением обществу, конкретный Абсолют подменяют абстрактным всеобщим благом. Этик не терпит одиночества, которое сулят ему ужасы искренней веры» [с. 7].

Авраам не эстет и не этик. Авраам – отец веры. Согласно с ветхозаветной историей, по велению Бога он должен принести в жертву своего сына Исаака. Кьеркегор подчёркивает значимость Исаака для отца. Если бы он не любил горячо своего сына, стал бы убийцей, «ибо именно эта любовь к Исааку есть то, что, будучи парадоксальной противоположностью его любви к Богу, превращает его поступок в жертву» [2, с. 47].

Часто из описания ветхозаветной повести выпадает страх. Не страх конкретного, но экзистенциальная тревога (Angest). «Этическим выражением действия Авраама было стремление убить своего сына, религиозным же — стремление принести его в жертву» [2, с. 21], без этого страха Авраама не могло бы быть. Он находится в двойственном движении - одновременно, всеми силами, осуществляет движение самоотречения и при этом верой возвращает себе Исаака. Приносит его в жертву и обретает обратно. Становится убийцей и отцом веры. Вера глубоко парадоксальна. Рыцарь веры же полагается на парадокс. Именно парадокс отличает веру от рационального всеобщего, так же как ирония, дистанцируя, отличает всеобщее от эстетического.

Вере всегда предшествует глубокое самоотречение. Рыцарь самоотречения «...отрекается... с человеческой точки зрения, убеждается в невозможности желанного, и это выступает итогом рассудочных размышлений» [2, с. 42]. Как только он производит движение самоотречения, перед ним со всей ясностью предстаёт невозможность желаемого в мире конечного и только призна-

ние этой невозможности открывает дорогу в бесконечное, только не осуществимое порождает пространство для действия абсурда. Именно бесконечное движение отличает истинную веру от капризной уверенности в чём-то. Будь Авраам таким рыцарем, ему странно было бы получить Исаака обратно. В действительности же – «...Авраам не отказался от Исаака, он обрел Исаака посредством веры» [2, с. 17], ведь «Авраам верил в силу абсурда, потому что всяким человеческим соображениям давно настал конец» [2, с. 19]. Даже если бы Авраам вонзил нож в грудь сына, он был бы рад увидеть его невредимым в тот же момент. Был бы он изумлён? Да. Казалось бы ему это странным или невозможным? Нисколько!

Таким образом, мыслитель представляет три уровня существования: эстетический (уровень ощущения), уровень всеобщего - этический (разумный, ответственный) и религиозный (веры). Экзистенция для Кьеркегора – это, в первую очередь, экзистенцирование в истине. Как для религиозного мыслителя это процесс веры, столкновения себя-единичного-христианина и мира всеобщего. Его философия - продукт великого внутреннего напряжения, через которое только и возможно существование себя.

Список цитированных источников

1. Кьеркегор, С. Философские крохи. – М.: Институт философии, теологии и истории св. Фомы, 2009.
2. Кьеркегор, С. Страх и трепет. – М.: Республика, 1993.
3. Кьеркегор, С. Заключительное ненаучное послесловие к "Философским крохам" (Мимически-Патетически-Диалектическая Компиляция. Экзистенциальный вклад Иоханнеса Климакуса). 5-288-03760-4 изд. - СПб.: С.-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ, 2005.
4. Kierkegaard, S. Gesammelte Werke. – Yena: 1925.
5. Heidegger, M. Die Metaphysik des deutschen Idealismus. – Frankfurt, 1991.
6. Мусский, И.А. 100 великих мыслителей. - 5-7838-0609-9 изд. – М.: Вече, 2011. – С. 251.
7. Кьеркегор, С. Гармоническое развитие в человеческой личности эстетических и этических начал // Учебно-методический центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ido-rags.ru/?page_id=5651 – Дата доступа: 18.01.2018.
8. Письмо к Менекею // История Древнего Рима [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ancientrome.ru/antlittr/t.htm?a=1358238790> (дата обращения: 18.01.2019).
9. Марк Аврелий. Наедине с собой. Размышления. // Открытый текст Электронное периодическое издание [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.opentextnn.ru/man/?id=518> – Дата доступа: 18.01.2019.

УДК 008:392+930.2(476)“18”

Жебит А. В.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Малыхина Л. Ю.

КУЛЬТУРА И ОБЫЧАИ ПОЛЕССКОГО РЕГИОНА В «ВОСПОМИНАНИЯХ...» Ю. И. КРАШЕВСКОГО

Актуальность исследования вызвана интересом к творчеству и личности польского писателя, историка, краеведа, художника, музыкального критика и публициста Юзефа Игнация Крашевского. Литературное наследие нашего земляка как нельзя лучше отражает характер белорусско-польских культурно-исторических связей в период нахождения в составе Российской империи. В данной статье нами был изучен и проанализирован известный краеведческий мемуар писателя «Воспоминания о Волыни, Полесье и Литве», впервые изданный в Вильно в 1840 г. В этом уникальном источнике содержатся

описания культурных достопримечательностей и этнографических особенностей белорусского народа из Полесского региона в XIX в.

Юзеф Игнаций Крашевский происходил из польского дворянского рода герба Ястржембец. Он родился в 1812 г. в Варшаве, куда мать приехала из имения Долгое Пружанского уезда. Детство его прошло в родовых имениях отца – пружанского хорунжего и матери – в Романове (Польша). Учился будущий писатель в гимназии и лицее Слуцка и Бялой Подляски. Поступив на медицинский факультет Виленского университета, он продолжил обучение на литературном факультете.

В 1829 г. Ю. И. Крашевский на 8 лет вернулся в Долгое, часто отлучаясь в путешествия. Начиная свою краеведческую деятельность в 1834 г., главным критерием которой становится правдивый показ исторических сцен и описание мест, он «ни разу не позволил себе что-либо домыслить» [1]. Работа над мемуарами началась задолго до написания и складывалась из изучения и копирования архивных материалов, чтения исторической литературы домашней библиотеки и множества публичных библиотек, переписывания фрагментов редких книг и хроник, в настоящее время, увы, недоступных, путевых зарисовок, составленных во время путешествий. Впервые отправившись в путешествие по Полесью и Волыни, Ю. И. Крашевский уже был хорошо осведомлён о прошлом и традициях этого края. Результатом этих поездок стали бесценные «Воспоминания о Волыни, Полесье и Литве» с иллюстрациями, в которых Ю. И. Крашевский впервые показал себя тонким знатоком европейской истории и культуры. Очарованием исторического прошлого, этнографии и фольклора отмечена каждая страница «Воспоминаний...», представляющих сумму впечатлений от нескольких отдельных разновременных экспедиций и экскурсий на протяжении пяти лет. В жанровом отношении «Воспоминания...» явились, по определению исследователя Станислава Буркота, важнейшим видом «литературы факта» XIX в. [1, с. 107].

Впервые «Воспоминания...» были изданы в 1840 г. в Вильно, однако не получили авторского одобрения. Интересно, что первое издание было дополнено Приложением с авторскими пояснениями диалектных особенностей, исторических и культурных событий, которое вызывает особый интерес. Следующее издание в Париже в 1860 г. было дополнено иллюстрациями Крашевского. К сожалению, во втором издании были упразднены так называемые речевые «провинциализмы и архаизмы», которые присутствовали на восточных окраинах Польши в начале XIX в., текст от этих поправок потерял локальный колорит.

Как указывают исследователи [2, с. 221–229], «Воспоминания...» Крашевского являются редким источником по этнографии полесского края, они не цитируются в академическом «Географическом словаре Королевства Польского» 1893 г., антропологическом краеведении Оскара Кольберга, других славянских энциклопедиях, порой как единственный источник.

Для нас этот источник особенно ценен, потому что мемуары представляют богатый материал для характеристики разных слоёв Полесского общества, которое писатель изучил чрезвычайно подробно и изобразил мастерски. И, таким образом, по его «Воспоминаниям...» можно коротко ознакомиться с бытом, нравами и обычаями нашего родного края, а также важнейшими событиями истории. Плодовитый, разнообразный, увлекательный, представляющий собою редкое явление среди европейских писателей второй половины прошлого века, Крашевский вполне заслужил симпатии и громадную популярность не только у своих соотечественников. Важнейшим в воспоминаниях является то, что Крашевский запечатлевает повседневность края хорошо знакомого, близ-

кого, что не удивляется непривычности встречаемых явлений, а старается только описать то, что видит. Степень насыщенности образа реалиями, равно в смысле географическом, как и историческом, способствовал тому, что «Воспоминание о Волыни, Полесье, Литве» были средством изучения для многих последующих исследователей, краеведов.

Десять очерков, составленных на основе путевых заметок Ю. И. Крашевского, – «Ярмарка в Яновке», «Стырь и Горынь», «Оссово Фелинского», «Степань», «Осада Серницка», «Полесские леса», «Хозяйство», «Городец», «Корчмы, евреи, дороги», «Влостяне» – все они представляют собирательный образ Полесья начала XIX в.

«Воспоминания...» начинаются описанием традиционных ярмарок в небольшом местечке Яновка, некогда собственности магнатов Сапегов. Стоит село на границе Полесья и Волыни, в центре её бернардинский монастырь и костёл. Место это, в окружении лесов, ничем не примечательно и «надо здесь родиться, чтобы полюбить его» [3, с. 7]. Раз в году, 28 октября, в день святого Симеона Большая ярмарка собирала экономов, купцов, мелких торговцев и просто зевак. На волах, на конях, на телегах и фурманках, бричках, а то и пешком по всем дорогам, ведущим в местечко, стекались целые семьи полешуков. «Их лица, со следами смешения племён, некогда населяющих эти края, выражают любопытство» [3, с. 7]. Рынок наполнялся товарами и растягивался до костёла. Обычно торг начинался от третьей части цены. «Торг идёт бойкий и нигде не обходится без так называемого магарыча – прибавке к цене товара» [3, с. 8]. Взвешивали товар безменом, а деньги складывали в «калитку» – кожаный мешок. Со всех сторон разносились крики, смех, вой волов, ржание коней, поросячий визг. Торговали льном, грибами, пчелиным воском, высокими сапогами, табаком, шапками и платками, лыковыми лаптями, всякой живностью. Одеты были в белые суконные пальто, подпоясанные красными или чёрными кожаными ремнями, с «кресивом», наполненным табаком и неизменною трубкой – «файкой» в зубах. Женщины в платочках, полосатых пёстрых юбках, с «улыбкой на устах и курами под мышкой» [3, с. 9]. Тут же и холопы – «холендры», вольные крепостные, цыгане с чёрными распущенными волосами, важные экономы в шапках-ушанках и с палками в руках, русские купцы, предлагающие «недорого костюмы по цене нескольких кур или одной старой козы». И всё колышется, живет, суетится, выкрикивает, требует, привлекает... Грустно только тем, кому «старая бабка с пустым ведром дорогу перешла». Наконец к вечеру всё затихало и отправляясь в обратный путь, каждый просил прощения – «хорошо прощать, наевшись» («Dobrze wybaczyć najadtszy sie») [3, с. 15].

Название края, указывает автор, содержит в себе простую и естественную этимологию: Полесье – земля вдоль леса. Полесье, как известно, ещё до V–VI вв. н.э. было зоной взаимодействия славянской и балтийской культур, граница между которыми проходила по реке Ясельда-Припять-Горынь. «Главными водными артериями Полесья, – пишет Крашевский, – являются Стырь, берущая начало в восточной Галиции и впадающей в Припять и Горынь, исток которой исходит из Кременца, несущая свои воды через Волынь на Полесье и тоже впадающая в Припять» [3].

Как описывает автор в очерке «Стырь и Горынь», вокруг этих рек находились множество оборонных замков: Луцкий и Чарторыйский, впервые упомянутый в летописи в 1327 г. замок в Олеске, расположенный на границе Литвы и Польши. Крепостные сооружения занимали огромные территории, находились на холмах в окружении рек совершенно заболоченной местности и были защищены валом с частоколами. Значение рек Стырь, Горынь и Припять для

«тутэйшых» примерно такое же, как Нила для египтян, сравнивает автор. Здесь водятся «белуга в три локтя», марена, сом, вырезуб, шереспер, минога, плотва, «нездоровые, но вкусные угри» [3, с. 19]. Недалеко от местечка Багурин, над Горыню были обнаружены стоянки древних людей, останки единорога. На древних городищах археологи находили каменные топоры. Эти находки невероятно заинтересовали Крашевского, который сам составил археологический список находок и в 1863 г. выступил с докладом о них на международном конгрессе в Стокгольме. В селе Цепцевичи, недалеко от местечка Бережное, до начала XIX в. сохранились руины некогда большого и прекрасного дворца. Старые деревья, удивительный вид на далёкие луга с замкового взгорка над берегом Горыни только напоминали о некогда прекрасных местах, разрушенных войнами и кровавой резнёй. Вековые огромные сосны, «громада» курганов, народные предания о шведах, татарах – исторические памятники былых времен. Здесь находили немало могил, раскопки которых ничего не показали. Они могли являться для загнанных когда-то вглубь края татар, меткой дорог, по которым они шли [3, с. 21].

От казака-возницы, сопровождавшего его однажды в путешествии, он услышал любопытную историю названия местечка Скочище: «Расскажу я вам, страшная беда тут приключилась...». Когда-то жила тут «гарна дивчина», а двое «парубков» полюбили её, и одаривали её подарками, и посылали к ней сватов. Но равно как злой дух в её сердце закрался или чародейское заклинание опутало – никого не полюбила. Родители каждый день просили сделать свой выбор – тяжелая жизнь крепостничества, и нет времени «голову приложить». «Еще когда любовь в сердце, могут люди терпеть такую жизнь». Однажды, возвращаясь с праздника, остановились молодые люди возле реки на самом её широком месте. И сказала полушутя полусерьёзно им молодница: «Тот из вас, кто реку перескочит, станет суженым моим». Сказала, а сама подумала, что так они быстрее к ней охладят. Они же пошли в церковь, взяли

благословение, ничего не говоря, поцеловали крест и Евангелие и, придя на то же место, перекрестившись – прыгнули один за другим и утонули. «Две души загубила, – подумала дивчина, – пусть и я погибну!» [3, с. 23-24]. Так и назвали село это Скочище.

Рисунок 1 – Иллюстрация к очерку «Стырь и Горынь». Худ. Ю. И. Крашевский [4, с. 21]



На рисунке Ю. И. Крашевского в следующем издании книги мы видим крест над могилой, заброшенный ветками (см. рис. 1). Так традиционно «тутэйшие» обозначали места захоронений внезапно умерших. Такой крест писатель увидел на берегу Горыни: «Наверно переплывал,

нанятый за деньги, крепостной, вместо коня сопровождавший сплав леса (так помещику было дешевле), а плывя, оглядывался на родную хату, жену и детей, стоящих на берегу и утонул» [3, с. 25]. «Чудесный поэтический край, – не раз восклицал автор «Воспоминаний...». – «Сколько же здесь можно по дороге собрать: руины дворцов, могилы, предания! Образы так прекрасны!» [3, с. 25].

В произведении «Городец» Ю. И. Крашевский описывает дорогое для себя местечко из Кобринского повета – сегодня это посёлок городского типа. Его владельцем в XIX в. был А. Урбановский, известный коллекционер книг, рукописей, собраний живописи, нумизматической коллекции, которые пополнял на протяжении всей жизни. В библиотеке, насчитывающей около 20 тыс. книг, находились редчайшие исторические и художественные раритеты. Пребывание в Городце стало для писателя во многих отношениях памятным. Гостеприимно встреченный хозяевами усадьбы первый раз в марте 1834 г., восхищённый всем увиденным, он приезжал сюда ещё не раз. Недаром свой первый писательский опус Крашевский посвятил именно «Ясновельможному пану Антону Урбановскому в память о счастливых минутах, проведённых в его доме от автора». Здесь же, в Городце, Крашевский встретил будущую жену Софью Воронович. «Писать о Полесье и не упомянуть Городец – грех. Расположение его очень красиво. Большая усадьба стоит над огромным прудом, от которого дорога в сад. В отдаление виднеется мост, село на берегу реки и в глубине густой бор. Ухоженный сад распростёрся позади дома, за ним открывается прекрасный вид на полноводную Горынь и луга» [3, с. 107]. Особое внимание в очерке автор уделяет главной местной достопримечательности – библиотеке – «первая вещь, достойная внимания» [3, с. 107]. Построена она была большой ценой времени, денег и работы, размещена в особом помещении. Кроме множества библиографических печатных редкостей, находились здесь и интересные рукописи. В частности, красивая и изящная каллиграфическая рукопись римского античного историка Валерия Максима на французском языке, размещённая на пергаменте с миниатюрами, золочением, украшениями, безмерно ценная и прекрасно сохранившаяся. Здесь же оказались математические рукописи XIV в.; старинный акт каплицы, связанный с дворцом архиепископа в Тулузе; книга арабских богослужений Вацлава Жевусского – ориенталиста, эмира, после долгих путешествий на Ближнем Востоке осевшего на Волыни и ведущего образ жизни бедуина; множество других латинских и польских раритетов.

Из редких изданий поразили Крашевского: пергаментная с каллиграфической росписью хорошо иллюстрированная норимбергская Библия (XV в.), а также средневековая латинская энциклопедия Яна Балби из Генуи. В библиотеке чудом сохранились изданный Шофлером и Фустом в 1286 г. «Католикос»; труды знаменитых итальянских графиков Г. Пиранесси и Ф. Давида; Статут Ласского – польское стародавнее право, написанное канцлером и архиепископом Гнёзненским в 1506 г.; Синодальные Статуты; брошюры профессора Ягелонской Академии (Краков) Яна Тухольчика.

Богатейшая эта библиотека хранила труды религиоведа, антииезуита Фабиана Себастьяна Клоновича, которые были уничтожены во всех европейских библиотеках. Среди редких хроник – работы одного из первых, пишущих польски, историка Мартина Бельского; «Жизнь философов» (1535), «Всемирные Хроники» (1551); исторические хроники известного геральдика и поэта Бартоша Папроцкого.

Во французском собрании библиотеки автор обнаружил многотомную Методическую Энциклопедию (Париж, 1781–1832); много исторической литературы, редкие немецкие монографии по зоологии, биологии и орнитологии.

Также в городецкой библиотеке сохранились прекрасно изданные альбомы художественных галерей: Орлеанской, Дрезденской, Люксембургской, Дюссельдорфской, собрания Санкт-Петербургского Эрмитажа, история итальянского искусства.

Нумизматическая коллекция содержалась в двух роскошных шкафах, отделанных бронзой и мрамором, украшенных медальонами. Они были приобретены на аукционе Потоцких – когда-то, после женитьбы на дочери польского короля Станислава Лещинского, эти шкафы были подарены королём Франции Людовиком XV своей теще. В этой коллекции обнаружились греческие и римские монеты цезарей, монеты времен короля Польши и великого князя Литовского Сигизмунда Августа, в том числе 10-дукатная литовская монета с изображением этого монарха с одной стороны и герба Литвы – с другой.

Прекрасные салоны Городца были украшены шедеврами нидерландца Р. Савери, француза Я. Б. Дескампса; редкими, датированными 1495 г., копиями работ Леонардо да Винчи; картиной «Благовещение» итальянского художника барокко Д. Зампери; оригиналами Малых Голландцев [3, с. 108–112]. Одну из картин работы болонского художника Гвидо Рени «Мадонна», любимого образа хозяина усадьбы, Ю. И. Крашевский получил в дар от пани Урбановской. Часть нумизматического сбора, картин, рукописей вывезли в Дрезден мать А. Урбановского и внук коллекционера Эдвард Стажиньский.

Таким образом, «Воспоминания о Полесье, Волыни и Литве» являются одной из самых важных книг Ю. И. Крашевского раннего периода творчества. В мемуарах описано богатое и своеобразное культурное наследие полешуков первой половины XIX в. – верования, традиции, обычаи и быт. Автор знакомит нас с элементами колоритного местного украинско-польско-белорусского наречия. Кроме этого, учёный обращается к описанию редких библиографических, художественных и нумизматических ценностей местной шляхты, которые являются подтверждением наличия тесных культурных связей в границах европейской цивилизации.

Список цитированных источников

1. Burkot, S. Spory o powieść w polskiej krytyce literackiej XIX wieku / Stanisław Burkot. Wrocław–Warszawa–Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Prace Komisji Historycznoliterackiej. – 1968. – Nr. 18. – 169 s.

2. Wincenty, Danek. Kraszewski Józef Ignacy // Polski Słownik Biograficzny / Polska Akademia Nauk, Instytut Historii. – Т. XV: Kozłowska Zofia – Kubacki Stanisław. – Wrocław–Warszawa–Kraków, 1970. – S. 221–229.

3. Kraszewski, J.-I. Wspomnienia Polesia, Wołynia i Litwy / Józef-Ignacy Kraszewski. – Vilna : Nakład i druk T. Glücksberga [1840]. – 232 s. Т. 1–2 [Электронный источник]. – Режим доступа: <http://pbc.biaman.pl/dlibra/docmetadata?id=28613> – Дата доступа: 05.04.2019.

4. Kraszewski, J.-I. Wspomnienia Polesia, Wołynia i Litwy / Józef-Ignacy Kraszewski. – Paryż : Drukarnia J. Claye, [1860]. – 144 s. [Электронный источник]. – Режим доступа: <http://pbc.biaman.pl/dlibra/docmetadata?id=1502> – Дата доступа: 05.04.2019.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТРОИТЕЛЬНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Вся лексика русского языка подразделяется на общую и специальную. Общая лексика принадлежит к языку как средству коммуникации в любых условиях и должна быть понятна каждому. Специальная лексика «не имеет общего употребления и является понятной лишь тем, кто занят в той же области, поэтому профессиональное обучение требует овладения соответствующим подъязыком, основу которого составляет такая лексика» [2, с. 382]. Каждый подъязык обслуживает одну сферу человеческой деятельности, например, строительство. Терминология, которая составляет значительную часть словарного состава языка, уже давно является объектом исследования лингвистов. Развитие науки и техники, «изменение объема технической информации приводят к увеличению числа терминов, к возникновению новых терминологических систем, к сужению или расширению значений терминов, к изменению их функции» [1, с. 43]. Все это требует систематизации, упорядочения и совершенствования терминологии каждой отрасли знания. Объектом нашего исследования является рассмотрение строительной терминологии. Актуальность темы нашего исследования определяется необходимостью решения круга проблем современного терминоведения, в том числе необходимостью сбора и всестороннего изучения терминологических номинаций. Описание современных строительных наименований позволит на научном уровне выявить специфику исследуемых лексических единиц, а также будет содействовать решению вопросов формирования и **упорядочивания** в предложенной системе. Исследование строительной терминологии позволит решить одну из самых актуальных и сложных проблем современной лингвистической науки – проблему номинации в современном русском языке. Обращение к изучению строительной лексики предусматривает лингвистический анализ определенного языкового материала строительной терминосистемы и как результат – дальнейшее развитие этого направления и его систематизацию.

Строительные термины по структуре подразделяются на следующие группы:

- термины-слова (ферма¹ [4, с. 762], балка, плита, прогони);
- термины-словосочетания (жилое здание, промышленное здание, строительные конструкции);
- термины-аббревиатуры (СНБ – строительные нормы Республики Беларусь, СНиП – строительные нормы и правила, ГОСТ – государственный стандарт, ТУ – технические условия).

Все термины-слова в строительной области объединяют в группы по схожим лексико-семантическим характеристикам, основными из которых являются:

1. *Здания, сооружения, строительные конструкции и их части*: основание, фундамент, подвал, стены, перекрытие, кровля, шаг, пролёт, прогон, этаж, дом, коттедж, небоскрёб, башня, комната, квартира, пол, потолок;

¹ Здесь и далее примеры строительных терминов даются по «Русско-белорусскому политехническому словарю» (Русско-белорусский политехнический словарь : в 2 т. – НАН Беларуси, Ин-т языкознания им. Я. Коласа; ред. И. А.Бурак [и др.]. – Минск : Бел. наука, 1997. – 839 с.).

2. *Материалы и изделия*: бетон, асфальт, гипс, гипсокартон, известь, цемент, асбест, асбестоцементные волнистые листы, стекло;

3. *Строительные процессы и состояния*: замерзание, схватывание, набухание, утепление, укрепление, перевязка, бетонирование;

4. *Названия машин и механизмов*: теодолит, нивелир, уровень, бетононасос, автобетоносмеситель, виброрейка;

5. *Конструкции и другие предметы*: плита, прогон, пролёт, затяжка;

6. *Инструменты, приспособления и технологическая оснастка*: сокол, мастерок, шпатель, правило, леса, уровень, опалубка, ножовка, строп;

7. *Специальности и профессии*: штукатур, маляр, каменщик, геодезист, инженер-строитель, мастер, плиточник, бетонщик, крановщик;

8. *Свойства материалов и изделий*: возгораемость, коррозионная стойкость, истираемость, жёсткость, прочность, плотность, эстетичность;

9. *Места, образовавшиеся в результате определённых действий*: зазор, прогиб, пропил, разметка, разбивка;

10. *Названия качеств*: стеклянный, бетонный, деревянный, кладочный;

11. Также существуют строительные термины-слова, «обозначающие *названия процессов и технологические процессы в процессе их выполнения*» [3, с. 54]: штукатурить, красить, монтировать, крепить.

Наиболее часто встречающимися группами строительных терминов-словосочетаний являются:

1. *Величины и марки*: марка бетона, марка цемента;

2. *Материалы и изделия*: кран-балка, кирпич керамический, раствор кладочный, материал гидроизоляционный;

3. *Инструменты и приспособления*: шлифовальная машина;

4. *Машины, механизмы и их части*: кран башенный, электрогазосварочный аппарат;

5. *Специализация и виды работ*: кладочные работы, планировка строительной площадки, срезка растительного слоя, штукатур-маляр;

6. *Названия зданий, помещений, их частей, строительных конструкций*: объект строительства, шкаф батарейный;

7. *Технологические операции*: обжиг шихты, пропарка конструкции, прокатка стали, виброуплотнение бетонной смеси.

По структуре строительные термины-словосочетания делятся на двух-, трех- и многокомпонентные номинации.

Среди терминов-словосочетаний самыми распространенными в лексической системе строительной сферы являются двухкомпонентные номинации, среди которых наибольшей продуктивностью отмечаются следующие структурные модели:

1) существительное единственного числа + прилагательное единственного числа. Примером могут служить следующие номинации: *цемент известковый, цемент асфальтовый, цемент силикатный*;

2) прилагательное единственного числа + существительное единственного числа. Например: *акустическая штукатурка, английское окно*;

3) существительное единственного числа + сложное прилагательное: *деревянное евроокно*;

4) существительное множественного числа + прилагательное множественного числа: *античные лаки, бетоны конструкционные*;

5) сложное прилагательное множественного числа + существительное множественного числа: *железобетонные конструкции, крупноблочные конструкции*;

6) существительное + существительное в родительном падеже: *кора выветривания;*

7) существительное множественного числа + существительное множественного числа в родительном падеже: *основания сооружений;*

8) существительное множественного числа + сложное прилагательное множественного числа: *панели термоструктурные, плиты древесноволокнистые.*

Среди двухкомпонентных терминов выделяется также достаточно продуктивный тип, образованный по модели **существительное + существительное единственного числа**. Это так называемые **термины-компози́ты**: *флоат-стекло, штукатур-маляр, кран-балка.*

Кроме двухсловных наименований, в составе строительных терминов выделяют также трех- и многословные единицы, которые конкретизируют название двухсловной номинации.

Выделяются следующие структурные модели трехкомпонентных строительных терминов:

1) существительное единственного числа + прилагательное единственного числа + прилагательное единственного числа: *пол наливной бесшовный;*

2) прилагательное единственного числа + прилагательное единственного числа + существительное единственного числа: *балконный дверной блок, аэрированный легкий бетон;*

3) прилагательное множественного числа + прилагательное множественного числа + существительное множественного числа: *каркасные железобетонные конструкции;*

4) прилагательное единственного числа + существительное единственного числа + прилагательное единственного числа: *керамическая плитка облицовочная;*

5) прилагательное единственного числа + существительное единственного числа в именительном падеже + существительное единственного числа в родительном падеже: *гидроизоляционный слой пола;*

6) прилагательное единственного числа + существительное единственного числа в именительном падеже + существительное единственного числа в родительном падеже: *хозяйственный способ строительства;*

7) существительное единственного числа + термин-компози́та: *плита цементно-стружечная.*

По словам Л. А. Антонюк, в общелитературном языке «термины-словосочетания наиболее частотны по сравнению с однословными наименованиями ввиду номинативной гибкости, уточнения понятия, выражения категориальных признаков главного и зависимого компонентов словосочетаний, подчеркивания тех или иных элементов номинации» [1, с. 69]. По этой причине однословные наименования заменяются словосочетаниями в научно-популярном и других стилях языка с целью большей понятности для неспециалистов, а также в научном стиле с целью большей точности.

Процесс появления строительных терминов-аббревиатур обусловлен экстралингвистическими факторами. Данное обстоятельство связано с тем, что базовые многокомпонентные термины имеют тенденцию к использованию в сокращенном виде. Перспективы исследования терминов-аббревиатур заключаются в возможности использования полученных данных для систематизации и гармонизации русскоязычной терминологии. Гармонизация русско-

язычной терминологии имеет большое значение, так как предполагает выработку однозначного подхода к использованию эквивалентных терминов. Устойчивые аббревиатуры со временем переходят в статус самостоятельных слов, а развернутая форма соответствующего многокомпонентного термина используется только в дефинитивной роли.

Список цитированных источников

1. Антанюк, Л. А. Беларуская навуковая тэрміналогія / Л. А. Антанюк. – Мінск: Навука і тэхніка, 1987. – 240 с.
2. Белухина, С. Н. Строительная терминология как объект учебной лексикографии / С. Н. Белухина // Вестник МГСУ. – 2011. – № 2. – С. 382–385.

УДК 338.23

Максимчик А. В., Голубицкая Г. С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Крамаренко А. К.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СПОРТА

В современном обществе физическая культура и спорт являются не только важнейшим фактором поддержания и укрепления здоровья людей, совершенствования их культуры, активного проведения досуга, но и фактором, интенсивно воздействующим на экономическую сферу жизни государства и общества, включая качество рабочей силы, поведение потребителей, внешнеэкономические связи, туризм и другие показатели экономической системы.

Экономическая роль физической культуры и спорта проявляется в следующих направлениях:

- увеличение продолжительности жизни населения, как следствие, увеличение трудоспособного возраста людей;
- подготовка качественных трудовых ресурсов, влияющая на экономический рост экономики;
- активизация предпринимательской деятельности, которая обеспечивает, с одной стороны, занятость в отраслях, с другой стороны, пополнение республиканского и местных бюджетов за счет налоговых поступлений [1].

Каждый пятый гражданин Республики Беларусь занимается спортом. Темп прироста численности лиц, занимающихся физической культурой и спортом в Республике Беларусь, имеет положительный характер, а значит существует заинтересованность со стороны граждан в процессе развития данной области, что несомненно влияет на развитие инновационного потенциала. Подтвердим данное утверждение в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика численности лиц, занимающихся физической культурой и спортом, в Республике Беларусь(*)

	2015	2016	Темп прироста	2017	Темп прироста	2018	Темп прироста
Всего, тыс. чел.	1 982,1	2 157,3	8,8%	2 278,9	5,6%	2 342,6	2,8%
в т. ч. в сельских н. п.	388,46	384,8	-0,9%	415,5	7,9%	439,8	5,8%
В % к общей численности	20,9	22,7	8,6%	24,0	5,7%	24,7	2,9%

*- собственная разработка

Беларусь по праву считается спортивной страной, в которой ежегодно проводится свыше 22 тысяч спортивных мероприятий. В 2016 году белорусская столица заняла 19 строчку рейтинга самых спортивных городов планеты.

Известно, чтобы получить результат, необходимо вложить ресурсы. В нашем случае, для того чтобы спорт развивался, в него необходимо вкладывать денежные средства. Для этого позиция “Развитие физической культуры и спорта” ежегодно включается в расходную часть бюджета Республики Беларусь как одна из составляющих социальной сферы. В таблице 2 прослежена динамика фактических объемов финансирования физической культуры за 2013-2017 гг., а также вычислен прирост по отношению к предыдущему году. Заметим, что за рассматриваемые периоды доля расходов бюджета на спорт в % к ВВП колебалась в пределах от 0,5 до 0,9% [2,3,4].

Таблица 2 – Динамика фактических объемов финансирования физкультуры и спорта

Год	Объем расходов** (млн руб)	Темп прироста
2013	604,26	-
2014	684,83	13,33%
2015	773,63	12,97%
2016	864,2	11,71%
2017	937,2	8,45%

** - До деноминации

По данным инфографики, в текущем году расход из суммарного бюджета на физическую культуру и спорт запланирован в размере 1 381 млн руб (см. рисунок 1).



Рисунок 1 – Структура расходов консолидированного бюджета на 2019 год (в процентах)

Данные расходы позволят обеспечить подготовку и проведение мероприятий II Европейских игр 2019 года в г. Минске, участие белорусских спортсменов в Зимних и Летних юношеских олимпийских фестивалях, XI Балтийских играх и других значимых мероприятиях. Реализация Государственной программы развития физической культуры и спорта в Республике Беларусь на 2016-2020 годы направлена на закрепление позитивной динамики в сферах оздоровления населения, развития физической культуры в учреждениях образования, укрепление имиджа государства на мировой арене. Финансирование также предусмотрено в рамках реализации 21 государственной программы (с включением в них 86 подпрограмм). Как следствие, в последние годы численность спортивных сооружений возрастает, о чем свидетельствуют данные таблицы 3.

Как элемент инновационного развития, в целях контроля за ситуацией в соответствии с приказом № 573 от 14 ноября 2017 г. Министерства спорта и туризма Республики Беларусь 12 апреля прошлого года были введены формы отчетности, такие как отчет об основных показателях эффективности использования физкультурно-спортивных сооружений, отчет о количестве и площади физкультурно-спортивных сооружений и о работниках физической культуры и спорта [5].

Таблица 3 – Динамика количества спортивных сооружений

	2015	2016	2017	2018
Всего сооружений	23278	23167	23291	23326
Темп прироста	-	-0,48%	0,54%	0,15%
из них:				
стадионы	144	136	137	134
манежи	52	52	51	52
спортивные сооружения с искусственным льдом	35	35	37	37
стрелковые тир	655	625	606	604
спортивные залы	4588	4510	4503	4507
плавательные бассейны	332	327	340	353

В этом году планируется ввести новую форму ведомственной отчетности - "Отчет о деятельности в отрасли физической культуры и спорта и эффективности использования физкультурно-спортивных сооружений", призванную контролировать результативность работы администрации спортивных сооружений и их окупаемость. Возможно, именно благодаря сбору и систематизации данных форм отчетности, будут выявлены слабые стороны объектов и, как результат, применен передовой опыт, обеспечивающий инновационное развитие государства.

Здоровье – один из ключевых факторов общественного развития, способствующий эффективной экономической деятельности населения, направленной на социальное развитие. В республике приняты законодательные акты и обеспечено участие государства в финансировании физической культуры и спорта, строительстве спортивных сооружений и многих других факторов, влияющих на развитие данного сектора. Благодаря спортивным инновациям людям становится интереснее, легче и доступнее заниматься спортом. А также возможно самое главное – добиваться высоких результатов и получать удовольствие. С помощью новшеств спорт никогда не будет стоять на месте, а значит, будет востребован по всему миру.

Список цитированных источников

1. Мансурова, Г.И. Роль и значение физической культуры и спорта в экономике / Г.И. Мансурова, А.П. Мансуров // Вестник УлГТУ. – 2015. – №4 (72).
2. Бюджет Республики Беларусь для граждан 2015-2019 гг.
3. Отчеты Министерства финансов "О состоянии государственных финансов Республики Беларусь" за 2015, 2016, 2017.
4. Статистический сборник Национального статистического комитета Республики Беларусь "Финансы Республики Беларусь" за 2018 год.
5. Приложение 4 к постановлению Министерства спорта и туризма Республики Беларусь 17.12.2018 № 70.

УДК 378.147

Мальцева Д. И., Рыжук К. Б.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н. П.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМУ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Система высшего образования обладает фундаментальной научной базой, позволяющей готовить всесторонне развитого выпускника, однако рост технологической экспансии и глобализация в образовании требуют ее модернизации, применения новых подходов к организации деятельности высших учебных заведений.

Сочетание мощных и доступных информационных технологий, компьютеризация населения привели к формированию электронного обучения.

Электронная форма обучения в высшем образовании в настоящее время претерпевает существенные изменения за счет внедрения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в образовательный процесс. Использование ИКТ в учебном процессе позволяет:

- оперативно обмениваться учебной информацией;
- создавать систему массового непрерывного самообучения и переподготовки кадров в различных отраслях;
- предоставлять равные возможности всем гражданам независимо от социального положения и проживания;
- снизить затраты на обучение за счет уменьшения транспортных расходов;
- проводить одновременное обучение большого количества студентов, объединяя их в виртуальные группы и потоки;
- повысить качество обучения за счет применения современных образовательных ресурсов, электронных библиотек, делая учебный процесс «прозрачным»;
- создавать единую информационную образовательную среду.

Электронное обучение обладает рядом преимуществ, среди которых:

- доступность. Обучаясь дистанционно, вы можете получать знания, находясь в любой точке земного шара. Также нет ограничений по месторасположению. Возможность пройти обучение в любом вузе мира. Это является главным плюсом электронного обучения;
- гибкость. Материал, в процессе электронного обучения, ученик изучает сам. Следовательно, нет привязанности ко времени. Онлайн-обучение можно подстроить под любой график;

- экономия денег и времени. Важное достоинство дистанционного обучения – его относительно невысокая стоимость. Обучаясь удаленно, человек не зависит от транспорта. Помимо экономии денег, это позволяет сохранить массу свободного времени;

- конкретные знания. Дистанционное обучение дает человеку конкретный набор знаний и навыков. Вы получаете ровно то, за что платите.

Но при внедрении в образовательный процесс электронного обучения возникают нерешенные проблемы, которые требуют дальнейшего рассмотрения. К основным проблемам развития электронного обучения можно отнести:

1. Правовые проблемы, связанные как с общими проблемами нормативно-правового обеспечения электронного обучения, так и специфические задачи по защите интеллектуальной собственности и авторского права в электронном мире, по борьбе с интеллектуальным пиратством, по применению технических и юридических средств защиты авторских прав. В силу своей физической природы электронная информация чрезвычайно уязвима с точки зрения копирования и нелегального распространения. Любой человек может скопировать учебный курс на диск или флеш-носитель, дать переписать знакомым и друзьям, выложить в интернет и так далее. Именно поэтому основной проблемой правообладателей является защита их интеллектуальной собственности от несанкционированного распространения. Или, проще говоря, от пиратства.

2. Под научной организацией труда преподавателя высшей школы имеется в виду использование его времени, знаний и способностей, дающее наибольший эффект в обучении и воспитании студентов и позволяющее ему постоянно совершенствоваться как педагогу и ученому. Это общее определение нуждается, однако, в конкретизации.

Для того чтобы преподаватель мог успешно выполнять свои обязанности, он должен глубоко знать свою науку, постоянно следить за ее развитием, хорошо владеть методикой преподавания, постоянно совершенствовать способы обучения и воспитания, обладать значительной общей культурой и высокими моральными качествами. Только при этом деятельность преподавателя может быть высокоэффективной и приводить к максимальному результату.

Нередко при обсуждении вопросов, связанных с работой преподавателя, раздаются жалобы на недостаток времени, перегрузку учебными занятиями, а также многочисленными заседаниями и совещаниями. В связи с этим встает вопрос о том, можно ли при имеющихся и независимых лично от преподавателя условиях существенно улучшить культуру его работы, повысить эффективность его учебной, воспитательной и научно-исследовательской работы? Ответ может быть только положительный. Решающим фактором научной организации труда является рациональное использование бюджета времени, которым располагает преподаватель.

Очень часто на выполнение обязательных заданий и личных творческих планов преподавателю не хватает рабочего времени, и он продолжает трудиться за счет своего свободного времени. Чаще всего это происходит от перегрузки преподавателя или от его недостаточной квалификации. Ясно, что это ведет к отрицательным последствиям.

3. Проблема обеспечения качества электронных учебных материалов (кто и как может их оценить, по каким критериям, стандартам). Электронные учебники, полностью раскрывающие потенциал электронного обучения, пока находятся в стадии разработки. В настоящее время основу электронных

учебных материалов составляет информация в текстовом формате и простейшие графические объекты (рисунки, фото), блоки контроля знаний в виде тестовых заданий, часто в специальном формате. Мультимедийные возможности электронного обучения, их потенциальная интерактивность представлены недостаточно.

4. Кадровые проблемы, связанные с дефицитом квалифицированного персонала. Трудно подготовить персонал, компетентный одновременно и в предметной области, и в разработке и применении IT-технологий, и в художественном оформлении материалов. Для создания качественных мультимедийных курсов нужна команда из специалиста в предметной области, художника, программиста и т. д. Эти специалисты должны уметь работать с обучаемыми в режиме онлайн, иметь желание и способности разрабатывать электронные учебные материалы и постоянно обновлять их.

Используя технологии электронного обучения, может обучить большее число территориально разобщенных студентов. Рынок онлайн-образования быстро развивается и будет увеличиваться в ближайшей перспективе. Многие вузы уже сегодня на коммерческой основе предлагают обучение в онлайн-режиме, предлагая курсы высшего или дополнительного профессионального образования. Количество таких учебных заведений и курсов возрастает по мере развития технологий и удешевления электронного обучения.

Решение проблем такого уровня и масштаба возможно при взаимодействии Государственных органов управления образованием, вузов и компаний, работающих на рынке информационных технологий. Например, уже сейчас были бы полезны организации, занимающиеся вопросами оценки качества электронных учебных материалов, проблемами подготовки преподавателей и других необходимых специалистов, взаимодействием с IT-компаниями по организации комплексной информатизации учебных заведений. Электронное обучение в системе образования будет развиваться и совершенствоваться и в части развития интернет-технологий и за счет совершенствования методов электронного обучения.

Список цитированных источников

1. Электронное обучение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронное_обучение – Дата доступа: 22.03.2019.

2. Организационно-методическое обеспечение учебного процесса в вузе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://samzan.ru/87204> – Дата доступа: 23.03.2019.

УДК 81.373.21(477.75)

Марченко А. В.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Малыгина Л. Ю.

ПРОИСХОЖДЕНИЕ МИКРОРАЙОНОВ И ИХ НАЗВАНИЙ В ЛЕНИНСКОМ РАЙОНЕ ГОРОДА БРЕСТА

Топонимы – это мост между прошлым и настоящим, позволяющий воссоздавать картину прошлого, понимать общественное назначение и своеобразие современных названий. В данном исследовании мы постарались установить происхождение топонимов, обозначающих различные части нашего города, а также собрать исторические сведения о развитии Ленинского района г. Бреста.

Новый исторический центр, созданный в городе после строительства Брестской крепости в 1830-е гг., постепенно обрастал новыми землями. Всего в современном городе насчитывают около 25 микрорайонов, традиционные наименования которых повсеместно используются жителями, гостями и властями города для ориентирования. В г. Бресте выделяют два административных района – Ленинский и Московский, граница между которыми проходит по восточному участку железной дороги Москва – Брест, бульварам Космонавтов и Шевченко.

В соответствии с данными современной картографии, микрорайоны Ленинского района в основном располагаются на территории окружающей центр с северо-западной стороны. Это: Адамково, Аркадия, Берёзовка, Граевка, Дубровка, Катин Бор, Козловичи, Лысая Гора, Мощёнка, Плоска, Речица, Северный городок, Новые Задворцы, Старые Задворцы.

Микрорайоны старой застройки чаще всего получали своё название, заимствуя традиционные топонимы окрестных населённых пунктов.

Так, *Граевка* – это бывший посёлок на северной окраине Бреста. Само слово «грай» происходит от праславянского, от которого в числе прочего произошли: русско-церковно-славянское слово граяти, русское грать, граю «каркать, громко смеяться», грай, сербохорватское грајати, грајем, словенское grájati «порицать, хулить», польское zgraja «толпа, стая». Концепт «грать» как видим, указывает на различные формы звукоподражательности. Ему родственно литовское понятие gróti, gróju, также grióti, grióju, древненемецкое krâjan «каркать». Предполагаем, что подобный топоним мог указывать на изначально шумное, оживлённое место. Проследить же историю возникновения микрорайона Граевка удалось с XIX в.

16 июля 1932 г. во время закладки будущей 17-й школы директором Ф. Чернаком было составлено послание для потомков. Из него следует, что территория Граевки была частью земельной собственности Межеевского, организатора повстанческих отрядов в 1831 г., лишённого права собственности. Конфискованная земля была распределена между крестьянами [1]. В 70-е гг. XIX в., во время строительства новой ветки железной дороги Брест-Белосток-Граево, местное население было в основном занято в обслуживании железнодорожного узла. Свободные пустыри между кварталами деревянных барачных домов дали второе название местности – Слободка. Уже с 1912 г. Городская управа Бреста ходатайствовала за включение Граевской Слободки в черту города. Произошло это только в 1929 г., когда Брест-над-Бугом уже был центром Полесского воеводства Польши. «Товарищество работников железной дороги» приобрело у пана Пашкевича 64 га земли и, слившись с Граевской Слободой, под названием «Граевское предместье» вошло в состав города [1]. Расширение территорий города при польской власти шло в западном направлении, в 1922–1939 гг. застройка велась в основном одно- и двухэтажными особняками.

Адамково – бывшее поместье, с 1930 г. – деревня Речицкого сельсовета, где при Польше функционировал военный аэродром [2]. Вошло в черту города в 1958 г. Судя по всему, топоним Адамково говорит о личной принадлежности земель, на которых строилось поместье (по аналогии с такими названиями поселений, как Иваново, Марына Горка и др.)

Речица. Фольварк Речицкий появился между 1566 и 1588 г. [2]. В XIX в. деревня и имение входили в Косицкую волость Брестского уезда. Существует, по крайней мере, два мнения о происхождении слова «Речица». Одно из них

определяет его как городское поселение, второе указывает на то, что населённый пункт расположен вдоль реки. В нашем случае имеет место первое определение. С 1879 г. в деревне действовали пивоварни. В 1930-е гг. на месте Речицы вырос посёлок. С 1940 г. деревня и посёлок находились в составе Брестского района. К 1959 г. деревня была центром Речицкого сельсовета и колхоза «Пограничник». В 1959–1968 гг. посёлок слился с деревней и вошёл в Клейниковской сельсовет. В 1968 г. Речица вошла в состав Бреста. С 1978 г. относится к Ленинскому району города.

Дубровка. В начале XX в. была деревней в Косицкой волости Брестского уезда. В 1921–1939 гг. входила в Косицкую гмину Брестского повета Полесского воеводства Польши. Известно множество населённых пунктов, урочищ и др., в названии которых присутствует слово «дубрава/дуброва», имеющее древнеславянское происхождение. Слово «дуб» близко к древнему слову «древо», обозначающего «дерево вообще», широко представлен в русской топонимике (Дубровка, Дубровицы и прочее). Дубра́ва (дуброва) – равнинный лес с преобладанием дубовых деревьев. Существует и другое, менее распространённое для слова дубрава определение – чистые лесные насаждения, состоящие из какой-либо преобладающей древесной породы (как лиственной, так и хвойной), по которой они могут и называться, например: берёзовая дубрава (березняк) и т. д.

Берёзовка. Ещё один брестский топоним, произошедший от названия древесной породы. Небольшая деревня под таким названием в письменных источниках впервые упоминается в 1529 г. В заболоченной местности росло много берёз, древесина которой всегда ценилась, шла на продажу. Южная часть Берёзовки вошла в состав Бреста в 1958 г. (включает улицы Герцена, Скрипникова, Якуба Коласа и др.). Вторая часть Берёзовки входила в Косицкую волость Брестского повета, с 1940 г. стала центром Берёзовского сельсовета. 1954–1958 гг. – входит в Тришинский сельсовет Брестского района, с 1958 г. также вошла в черту Бреста [3]. Микрорайон Берёзовка в обывательском представлении состоит из двух частей – собственно Берёзовки и Плоски.

Плоска. Общеизвестных данных о происхождении топонима не выявлено, однако очевидно его славянское происхождение. В словаре Даля «Плоска» – это диалектное обозначение «баклажки для воды», в украинском слово плоска – это «плоская бутылка». Похожее слово – плоска – существует и на других славянских языках: болгарском, сербохорватском и означает то же, что и древнерусское плосковь, болгарское плосква λάγυνος – единицу измерения вина [4], родственно древнемецкому flaskö (фляга), белорусскому пляшка. Вероятно с момента зарождения населённого пункта с таким названием там занимались винокурением.

Согласно письменным источникам как деревня Брестского уезда и воеводства ВКЛ она известна с XVII в. В 1698 г. перешла в собственность брестских иезуитов. После третьего раздела Речи Посполитой (1795) с. Плоска в составе Российской империи располагалась в Слонимской губернии, с 1797 г. – в Литовской, а с 1801 г. – в Гродненской губерниях. Деревня была центром вотчинного поместья в Брестском уезде, в который входили фольварок Плянта, д. Огородники и часть д. Остромечево. С 1846 г. д. Плоска перешла в собственность пани Любановской. В 1897 г. она значилась как деревня в Косицкой волости Брестского уезда, где работал «хлебозапасный» магазин. Более поздние свидетельства об этом районе относятся к межвоенному периоду – когда Плоска значилась в Косицкой гмине Брестского повета Полесского вое-

водства Польши. У горожан этот район города ассоциируется, прежде всего, с располагающимися там городским кладбищем и психиатрической больницей. Плеска вошла в пределы городской черты в 2007 г.

Козловичи. В 1408 г. согласно грамоте на магдебургское право городу была пожалована д. Козловичи. Родословная названия этой деревни на северо-западной окраине Бреста начинается с фамилии знатного вельможи Козлович, который здесь поселился. По другой версии, название происходит от животных, которых здесь держали из-за обилия сочных, целебных трав. По воспоминаниям старожилов из-за эпидемии тяжелой болезни около 200 лет назад Козловичи изменили свое месторасположение [5]. Деревня, находящаяся у польско-белорусской границы, вошла в состав Ленинского района в 2007 г.

Катин Бор. Прежнее название – мыза Катенбург – на рубеже XIX–XX вв. изменилось на Катин Бор. О происхождении названия есть несколько легенд, но к императрице Екатерине II они никакого отношения не имеют. В польских документах XIX в. и на картах деревня-хутор называется Катенбург (Katenborg). В начале XX в. поместье и хутор объединились в деревню, вошли в состав Мотыкальской области Брестского повета. Микрорайон Катин Бор на северо-западе Бреста стал частью города в 1979 г.

Лысая гора находилась в составе Речицкого сельсовета Брестского района. По одному из преданий название деревни пошло от места, где находилось поселение, которое было лишено растительности. Название микрорайона, находящегося в пределах Славянской и Белорусской улиц, нередко считают элементом восточнославянского фольклора, связанного с колдовством и сверхъестественными силами. Согласно легендам, ведьмы и другие сказочные существа регулярно собирались на «лысых горах», где устраивали шабаши. Деревня вошла в состав города в 1958 г.

Как выяснилось, юридический статус и территория нынешних микрорайонов Ленинского района г. Бреста в течение последних 500 лет неоднократно менялись, но их названия передавались от поколения к поколению. Что ещё раз убеждает в консерватизме белорусов. Прежние названия рабочих посёлков и деревень, которые входили в состав города, чаще всего не изменялись, нередко менялись грамматические формы этих топонимов и словосочетаний с ними.

Топонимы Козловичи, Адамково, Катин Бор указывают на личную принадлежность земель конкретному роду, фамилии. Это косвенно свидетельствует о высокой значимости земельных владений в доиндустриальный период. Для названия Лысая Гора характерна форма нарицательного термина. Топонимы Берёзовка, Дубровка, Речица дают представление о природных особенностях белорусского края, богатого на леса и реки. По другой версии, название Речица описывает поселение городского типа – в фольварке с таким названием начиная с XVI в. занимались предпринимательством.

От принадлежности топонимов к определённому языку свидетельствует наличие национальных формантов. Анализируя топонимы с точки зрения словообразования, выявлено, что чаще всего в топонимике Ленинского административного района города Бреста используются слова восточнославянского происхождения.

Таким образом, топонимия, которая используется в определении микрорайонов современного Бреста слова, сохранившиеся в «законсервированном» виде, народную терминологию и лексику, несёт в себе богатую информацию об истории, географии, психологии и бытовом укладе наших предков.

Список цитированных источников

1. Шляжко, Н. История о брестком микрорайоне Граевка. Как было раньше / Н. Шляжко // Брестский вестник. – 31.01.2019. – С. 14.
2. Синявская, Е. Деревни, которые вошли в состав города Бреста в прошлом. Какие они были и когда это произошло? / Е. Синявская // Брестский вестник. 21.08.2018 // [Электронный источник]. – Режим доступа : <https://virtualbrest.by/news58200.php> – Дата доступа : 20.03.2019.
3. Шляжко, Н. История брестской Берёзовки: не та, что раньше / Н. Шляжко // Брестский вестник. – 20.12.2018 . – С. 20.
4. Этимологический словарь русского языка Макса 06.10.2018. [Электронный источник]. – Режим доступа: Фармера <https://dic.academic.ru/dic.nsf/vasmer/45302/плоска> – Дата доступа: 20.03.2019.
5. Шляжко, Н. О прошлом д. Козловичи. Воспоминания 91-летней брестчанки / Н. Шляжко // Брестский вестник. – 06.10.2018. – С. 17.

УДК 81.373.21(477.75)

Марченко А. В.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Малыхина Л. Ю.

ИСТОРИЯ И ТОПОНИМЫ МИКРОРАЙОНОВ МОСКОВСКОГО РАЙОНА Г. БРЕСТА

Топонимика (от греч. *topos* – место и *онима* – имя, название) – составная часть ономастики, изучающая географические названия (топонимы), их значение, структуру, происхождение и ареал распространения. Изучение и сохранение местных топонимов помогает раскрыть дополнительную информацию о природных, исторических и географических особенностях родного края. Возникновение новых топонимов – процесс непрекращающийся, он связан как с появлением новых географических объектов, так и с переименованием уже существующих, и имеет определённые эстетические и этические аспекты. 1000-летняя история Бреста, особенно активно растущая в последние десятилетия юго-восточная часть города, дают возможность выявить особенности возникновения местных топонимов. Поэтому предметом исследования в данной статье являются история и топонимы микрорайонов Московского района г. Бреста.

Гершоны. Название возводится к «Киршоновицкому дворцу», упоминаемому в источниках 1564 г. В 1648 г. близ деревни Гершановичи был убит преподобномученик Афанасий (Филиппович), игумен Брестский, выступавший против унии. В селе находился храм Рождества Пресвятой Богородицы 1866–1869 гг. постройки. А в нынешний момент действует Свято-Афанасьевский мужской монастырь. Вполне возможно, что изначально это было еврейское поселение, так как само слово «гершон» имеет этимологию иврита. Согласно Торе, Гершон (иврит: גֵרְשׁוֹן *Gêrṣōn*) был старшим из сыновей Леви и патриархальным основателем гершонцев, одним из четырех основных разделов среди левитов в библейские времена. В январе 2008 г. городские власти опубликовали проект застройки городского района Волынка–Гершоны.

Киевка (Заводская) – указательный топоним. Так называли бывшую деревню, возникшую в 1870-е гг. на восточной окраине Бреста в связи со строительством железной дороги на Ковель и Киев. Застройка была усадебной, улицы неблагоустроены. Из-за типа свободной застройки бытовало также

название Киевская Слобода. Станция Брест-Полесский была здесь самым красивым зданием до революции. В поселке жили рабочие и служащие железной дороги, ремесленники, мелкие торговцы. Часть населения занималась сельским хозяйством. В 1929 г. деревня вошла в состав Бреста. С 1978 г. – в Московском районе города. В связи с большим количеством промышленных предприятий, построенных тут в 1960-е–1970-е гг. – электролампового завода, чулочного, коврового комбинатов и др. – и от того, что в новых, современных зданиях этого микрорайона стали получать квартиры работники данных предприятий, в этом же районе прижился новый топоним – микрорайон «Заводской».

Микрорайон «Восток». В 1965 г. был утвержден новый генеральный план города, предусматривающий дальнейшее его развитие в восточном направлении и создание трёх промышленных районов. Проект планировки нового крупного жилого микрорайона «Восток» был разработан в институте «Белгоспроект» в 1966 г. архитекторами В. Аникиным и П. Лагуновской. В 1967 г. началось его строительство к востоку от промышленной зоны вдоль ул. Московской. В 70-е гг. формировался и сам Восточный промышленный узел, построены электроламповый завод, чулочный комбинат, областная типография. На Востоке сегодня выделяют всего 6 микрорайонов. Восток-6 стал единственным, который занял южную сторону ул. Московской.

В русский язык слово «восток» пришло из старославянского, а там оно появляется как калька греческого слова *anatolē* – восход (солнца), место восхода солнца. Первая часть слова *ana* – приставка означающая «движение вверх», вторая часть – корень – означает место. Собственно фонетической формой этого слова должна быть «всток». Со временем понятие Восток стали использовать не только для обозначения стороны света, но и в широком смысле как особую идею, философию, религию, государственность и даже экономику. В нашем случае это микрорайон города Бреста, расположенный восточнее центра города. Примечательно, что согласно Библии, рай был насажен Богом «на востоке» и там же был помещён первый человек. Название микрорайонов *Восток*, *Южный*, *Центральный* и др. определялось географическим расположением по отношению к центру города.

В 1975 г. был утвержден генеральный план, по которому Брест получил развитие не только в восточном, но и в южном и северном направлениях. Застройка *Южного жилого района* началась в 1983 г. Его микрорайоны в дальнейшем получили собственные имена, в том числе исторического происхождения.

Ковалёво – бывшая деревня в фольварке в Каменец-Жировецкой волости Брестского уезда. Название деревни предположительно связано со словом «коваль» – кузнец, т. е. скорее всего возникло от вида ремесленной деятельности. В начале XX в. землю поместья Ковалёво выкупило военное ведомство для строительства казарм гарнизона Брестской крепости [1]. С 1940 г. – это посёлок в Пугачевском сельсовете Брестского района, где жили в основном военнослужащие. В 1954–1958 гг. этот населённый пункт перешёл в юрисдикцию Гершанского сельсовета Брестского района, а в 1958 г. стал частью Бреста. С 1986 г. здесь началось строительство многоэтажных жилых домов. Сегодня территория микрорайона Ковалёво (в просторечье – *Ковалёвка*) расширяется за счёт четырёх Юго-Западных микрорайонов застройки (ЮЗМП-1-4). Планируется застройка ЮЗМП-5.

Микрорайон *Лагуна* (ЮВМР-4) – застройка возле Ковалёвки. Лагуна (от итал. *laguna* – озеро) представляет собой живописный и спокойный мелкий водоём, отделённый от большей части воды барьерными островами или рифами. Топоним Лагуна в данном случае отражает не столько географические характеристики микрорайона, сколько носит указательный характер, т. к. район располагается возле построенного ранее объекта – рынка «Лагуна».

Пугачёво – бывшая деревня, название которой предположительно связано со словом «пугач» – филин. В 1876 г. в ней насчитывалось 190 жилых домов и около 600 жителей [2]. В 1905 г. состояла из деревни, трёх имений, хутора и усадьбы, входивших в состав Каменец-Жировецкой волости Брестского уезда. В 1979 г. микрорайон Пугачёво вошёл в черту города. Сегодня микрорайону Пугачёво на карте города отведён пустырь, ограниченный ул. Октябрьской революции, ул. Суворова и рынком «Ковалёво».

Южный городок. Ранее на его месте находилось частное имение Каменец-Жировецкой волости Брестского уезда. В начале XX в. землю под строительство летних казарм крепостного гарнизона выкупило военное ведомство. Строительство городка военного назначения с полигоном началось в межвоенный период (1922 – 1939) [3]. На месте казарм строили одноэтажные кирпичные дома. С 1939 г. – посёлок Южный находился в составе Пугачёвского, затем Гершонского сельсовета. 31 марта 1958 г. вошёл в городскую черту, в 1978 г. – в Московский городской район. Топоним имеет указательное значение.

Вулька располагается на месте бывшей деревни Вулька-Подгородская. Название происходит от польского слова *Wolka*, уменьшительного от *Wola* (воля). В Пинском и Брестском Полесье, где был распространён в том числе и польский язык, топоним Воля (Вуля) был аналогом слова «свобода». В таких поселениях существовало временное или полное освобождение жителей от налогов. Иногда название «Вулька» встречается в значении «отдельная улица».

Волянка. Деревня Волянка возникла ещё в XIII в. на торговом пути на в сторону Волянской области Западной Украины. История нынешней Волянки начинается, когда на месте старого города Брест-Литовск началось строительство крепости. Между крепостью и форштадтами была оставлена незастроенная территория – эспланада, буферная зона – на случай ведения военных действий, позже названная Волянским форштадтом (форштадт – поселение, находящееся вне города или крепости; предместье). Т. е. название современного микрорайона произошло от Волянского укрепления крепости, возле которого и находился данный форштадт. «На Волянском предместье и именно возле Почтовой площади здания более каменные, во вкусе новейшей архитектуры, довольно изящные и большие...», – пишет в своих путевых записках П. Шпилевский [4].

Некоторые из названий новых кварталов Востока отражают функциональный характер застройки – например, такие как *Студгородок*, состоящий из нескольких учебных корпусов, общежитий и хозяйственных зданий УО «Брестский государственный технический университет». Производный топоним от слов «студенческий городок». Некоторые – указывают на направление застройки. Например, в районе пограничного перехода Варшавский строится «Жилой комплекс «Варшавский», который сначала относился к микрорайону Вулька. В планах создание в городе энергоэффективного квартала, возможно в районе Берёзовки, ЮЗМР-1 или Красного Двора. Стратегия «Брест – город для жизни», которая будет представлена в 2019 г. на рассмотрение городского Совета депутатов [5], несомненно, приведёт к появлению новых топонимов.

Летом 2017 г. к областному центру присоединились девять населённых пунктов: Аркадия, Бернады, Гершоны, Котельня-Боярская, Митьки, Мощёнка, Старые и Новые Задворцы, Плоска [6], происхождение названий которых ещё предстоит уточнить.

Исследованные топонимы микрорайонов Московского административного района г. Бреста можно условно разделить на три группы.

Первую группу топонимов составляют те, в которых закладывается сжатое, иногда очень яркое описание функциональных признаков того места, которое он называет (Ковалёво, Студгородок, Заводская).

Происхождение второй группы указательных топонимов связано с природно-географическим положением микрорайонов (Восток, Южный, Юго-Запад, Центр) или направлением строительства от центра до известного населённого пункта (Волынка, Киевка, ЖК «Варшавский») или объекта (Лагуна).

Нужно признать, что кроме топонимов, которые несут в себе определённую смысловую нагрузку, имеют исторические корни, современная топонимия Московского района города Бреста вбирает в себя ряд обезличенных названий для схематического обозначения жилых новостроек – ЮЗМР-1-4, Восток-1-6. В некоторых случаях такая неконкретность объяснялась нуждами военной конспирации (Южный городок, Северный городок и др.). И только фактор человеческого осмысления специфики каждого конкретного микрорайона позволит в последующем выработать более узнаваемые в обиходе, образные названия уголков нашего города. (Как, например, «Монтана» для одного из микрорайонов Востока сгруппированного возле торгового центра «Восток»). С точки зрения словообразования топонимы первой и второй группы в основном происходят от слов современного русского языка.

Третью, вызывающую интерес, группу составляют исторические названия присоединённых к черте города сельских окраин, которые сохранили отпечаток национальных культур. Топонимы присоединённых деревень и поселков чаще имели восточнославянское происхождение, в отдельных случаях – еврейское (Гершоны) и польское (Вулька).

Таким образом, дальнейшее развитие общественно-политической и культурной жизни в г. Бресте, изменение условий жизни и экономической специфики приводит к появлению новых слов и понятий, образующих топонимы. Чаще всего они связаны с определением функциональной ценности, либо географического положения той или иной части города.

Список цитированных источников

1. Князева, В.А. Брэст // Гарады і вёскі Беларусі : энцыклапедыя / Пад нав. рэд. А.І. Лакоткі. – Мінск : БелЭн, 2006. – Т. 3, кн. 1: Брэцкая вобласць. – 528 с. – С. 5–18.
2. Сарычев, В. В поисках утраченного времени. Пугачёво. Ч. 1. Силач Ляшко // Вечерний Брест. – 2016. – 3 июня. – С. 9.
3. Сарычев, В. В поисках утраченного времени. Пугачёво. Ч. 2. Строительство Южного городка / В. Сарычев // Вечерний Брест. – 2016. – 10 июня. – С. 9.
4. Шпилевский, П. М. Путешествие по Полесью и белорусскому краю / П.М. Шпилевский. – Минск : Беларусь, 2016. – 271. с.
5. Власюк, Н. 1000 лет на всех / Н. Власюк // Вечерний Брест. – 2018 г. – 29 декабря. – С. 2–4.
6. Синявская, Е. Деревни, которые вошли в состав города Бреста в прошлом. Какие они были и когда это произошло? // Брестский вестник. 21.08.2018 // [Электронный источник]. – Режим доступа: <https://virtualbrest.by/news58200.php> – Дата доступа: 20.03.2019.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УЧРЕЖДЕНИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Какими бы ни были прекрасными идеи, новейшие технологии, самые благоприятные внешние условия, без хорошо подготовленного персонала высокой эффективности работы добиться невозможно. Вложения в человеческие ресурсы и кадровую работу становятся долгосрочным фактором конкурентоспособности и выживания организации.

Традиционно, для анализа эффективности кадровой политики применяют следующие критерии оценки:

- количественный и качественный состав персонала;
- уровень текучести кадров;
- гибкость проводимой политики;
- степень учета интересов работника.

Количественный состав организации для удобства анализа обычно подразделяется на категории: руководствующий, менеджерское звено и обслуживающий персонал; на мужчин и женщин; пенсионеров и лиц, не достигших 18-летнего возраста; работающих и находящихся в отпусках (например, по уходу за ребенком, без содержания и пр.), а также на работающих в центральном отделении или филиалах и т. п. *Качественный состав* организации в свою очередь обычно подразделяется на сотрудников с высшим, средним специальным, средним общим образованием, а также включает в себя такие критерии, как опыт работы, повышение квалификации сотрудниками и пр.

Уровень текучести кадров – один из самых показательных критериев оценки кадровой политики организации. Текучесть кадров можно рассматривать и как положительное явление, и как отрицательное. Во-первых, вследствие текучести расширяются возможности работника и увеличивается его способность к адаптации. Во-вторых, коллектив организации «освежается», происходит приток новых людей, а, следовательно, новых идей.

Гибкость кадровой политики. Политика оценивается исходя из ее характеристик: стабильности или динамичности. Кадровая политика должна динамично перестраиваться под воздействием меняющихся условий и обстоятельств.

Учет интересов работника рассматривается в сравнении со степенью учета интересов производства. Исследуется наличие или отсутствие индивидуального подхода к работникам организации.

Конечную цель управления персоналом выразить одним показателем невозможно, и поэтому применяется их система, отражающая различные стороны трудового потенциала (численность персонала, профессионально-квалификационная структура, образование, состояние здоровья и др.). Особое внимание нужно обратить на достижение целей управления при минимуме затрат.

При расчете показателей оценки кадровой политики следует учитывать специфику самой организации. В таблице 1 представлены различия в кадровой политике бюджетной и коммерческой организации.

Таблица 1 – Комплекс мероприятий в области управления персоналом

Показатель	Коммерческая организация	Бюджетная организация
Тип власти	Автократия	Демократия
Стиль управления	Авторитарный	Демократический
Философия организации	Сильное влияние Морального кодекса устоявшихся правил организации	Присутствует роль групповой философии на основе глобальных целей организации
Кадровый потенциал	Профессионал не может быть стабильным - он должен осваивать новые формы работы, совершенствоваться	Основной костяк персонала - это люди старшей возрастной категории
Функции службы управления персоналом	Общие функции организации: прогнозирование, анализ, регулирование, координация, контроль, развитие и мотивация персонала, планирование	Специфические функции: социальная, повышения качества служебной деятельности, информационно-аналитическая

Повышение качества кадровой работы в бюджетных учреждениях связано с повышением профессиональной культуры специалистов, которые имеют позитивные установки на повышение уровня своей профессиональной культуры.

Для сферы образования также можно выделить, помимо указанных ранее, и свои специфические критерии оценки.

С целью оценки и стимулирования непрерывного повышения уровня квалификации педагогических работников, обеспечения дифференциации оплаты их труда в учреждениях образования осуществляется аттестация педагогических работников. Основными принципами аттестации являются коллегиальность, системность, целостность экспертных оценок.

Аттестация педагогических работников проводится на присвоение или подтверждение квалификационной категории. Аттестация – важный этап профессиональной деятельности, который обеспечивает повышение качества работы за счет осуществления самооценки и получения внешней оценки деятельности (со стороны аттестационной комиссии).

Планирование повышения квалификации в учреждениях образования осуществляется в соответствии с утверждаемым перспективным планом повышения квалификации. На его основании составляется годовой план повышения квалификации, стажировок и переподготовки с учетом индивидуальных запросов преподавателей и потребности развития учебного заведения. Каждый преподаватель должен стремиться к профессиональному росту, к повышению качества своего труда путем самообразования, экспериментирования по применению современных технологий, прохождения стажировок, посещения курсов повышения квалификации.

Выделяют экономические и социальные методы управления персоналом. В настоящее время в сфере образования наиболее эффективными являются экономические (но следует отметить, что эти две группы методов достаточно часто применяются вместе: благодарности и грамоты сопровождаются денежными выплатами).

Среди сильных сторон использования экономических методов управления можно выделить следующие:

- наличие системы премирования;

- наличие четких параметров в области исполнительской дисциплины для установления размера премиальных выплат;
- стабильные выплаты заработной платы;
- наличие социальных гарантий и выплат в соответствии с законодательством.

К слабым сторонам можно отнести:

- небольшую разницу в оплате труда в зависимости от повышения по службе;
- слабую зависимость роста оплаты труда от роста товарооборота;
- отсутствие индивидуального подхода к оплате труда в зависимости от результатов;
- достаточно низкий уровень оплаты труда.

Социологические исследования показывают, что в современных условиях возрастает число людей, продолжающих образование и осваивающих новые для них профессии и квалификации.

«Образование через всю жизнь» способствует адаптации конкретного человека к изменяющимся социально-экономическим условиям, позволяет снять социальную напряженность в обществе, повышает качество жизни каждого отдельно взятого человека, так и всей страны в целом.

Именно поэтому выработка и применение эффективной кадровой политики в сфере образования является в настоящее время особенно актуальной.

Список цитированных источников

1. Базаров, Т. Управление персоналом: учебник для вузов / Т. Базаров. – Москва: Юнити, 2011. – 421 с.
2. Беляцкий, Н.П. Управление персоналом: учебное пособие / Н.П. Беляцкий. – Минск: Книжный дом. – 2011. – 485 с.
3. Грузинов, В.П. Экономика организации / В.П. Грузинов. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 487 с.
4. Ильин, А.И. Управление организациям / А.И. Ильин. – Минск: Вышэйшая школа, 2012. – 420с.
5. Ильин, А.И. Планирование в организации: учеб. пособие / А.И. Ильин. – Минск: Новое знание, 2012. – 656 с.

УДК 37.013.78

Омельчук Ю. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Ковалевич О. А.

ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ

В настоящее время инновационная педагогическая деятельность является одним из главных компонентов образовательной деятельности любого учебного заведения, поскольку создает основу для создания конкурентоспособности того или иного учреждения на рынке образовательных услуг, определяет направления профессионального роста педагога, его творческого поиска, реально способствует личностному росту студентов.

Инновационные методы – методы, основанные на использовании современных достижений науки и информационных технологий в образовании. Они направлены на повышение качества подготовки путём развития у студентов

творческих способностей и самостоятельности (методы проблемного и проективного обучения, исследовательские методы, тренинговые формы, предусматривающие актуализацию творческого потенциала и самостоятельности студентов). Инновационные методы могут применяться как в традиционной, так и в дистанционной технологии обучения [1].

Инновации в образовании необходимы, так как требуют творческий подход в подготовке преподавателей, что качественно влияет на личностный рост студентов [2].

В сфере образования развитие и применение инновационных процессов происходит с целью обеспечения модернизации образования, повышения его качества, эффективности и доступности. Среди наиболее часто применяемых и популярных в настоящее время инновационных форм обучения студентов можно выделить следующие:

1. Метод Портфолио

Данный метод может быть использован как в учебной, так и в воспитательной деятельности.

Предполагает составление портфолио студента, где описываются его достижения. В портфолио может быть указана следующая актуальная информация:

- языковые сертификаты;
- сертификаты обучения (курсы дополнительного образования, как государственного, так и негосударственного образца);
- сертификаты, подтверждающие публикации (участие в конференциях);
- сертификаты участия в мероприятиях и конкурсах (творческих конкурсах, спортивных соревнованиях);
- грамоты, дипломы, благодарности;
- творческие работы (фотографии работ).

2. Метод проблемного изложения

Может использоваться как на практических, так и на лекционных занятиях. Суть метода заключается в том, что преподаватель, используя различные источники и средства, прежде чем излагать материал, ставит проблему, формулирует познавательную задачу, а затем, раскрывая систему доказательств, показывает способ решения.

3. Лекция – визуализация

Наглядность представления материала лекции может быть выражена в разных формах: натуральные материалы, изобразительные (слайды, рисунки, фото), символические (таблицы, схемы). Для визуализации лекций используют различные сервисы.

К современным разновидностям визуализации лекций относят скрайбинг (подача материала дополняется визуальными образами, которые создаются непосредственно во время рассказа).

4. Метод проектов

Данный метод практикоориентированный. Метод предполагает выполнение студентами постепенно усложняющихся практических заданий-проектов. Работа над проектом, как правило, начинается на занятии, заканчивается дома. Презентация проектов происходит на занятии. Этапы проектной деятельности:

- постановка проблемы;
- поиск способов и методов решения;
- составление плана для решения проблемы и прогнозирование результатов;

- реализация проекта;
- оценка проекта.

Проекты могут быть творческие (концерт, спектакль, флешмоб), научные, социальные.

5. Проблемно-поисковые методы

Метод реализуется через словесные, наглядные и практические методы обучения, интерпретированные в ключе постановки и разрешения проблемной ситуации. Метод применяется для разработки различных подходов к решению определенной задачи или проблемы. Он подразумевает составление дерева задач.

В данной группе можно выделить следующие методы:

- проблемная лекция;
- эвристическая беседа (проблемное изложение, вопросы к аудитории, сбор мнений);
- учебная дискуссия;
- поисковая лабораторная работа.

6. Научно-исследовательская деятельность студентов, встроенная в учебный процесс

НИДС выполняются в соответствии с учебными планами и программами учебных дисциплин в обязательном порядке. Можно выделить следующие виды работ, относящихся к домашним заданиям с элементами научных исследований под методическим руководством преподавателя:

- подготовка отчетов по различным видам практик,
- выполнение курсовых и квалификационных работ;
- защита дипломов.

Результаты всех видов научно-исследовательских работ студентов, встроенных в учебный процесс, подлежат контролю и оценке со стороны преподавателя.

Научно-исследовательская работа студентов предполагает:

- привлечение студентов к выполнению госбюджетных исследований по отдельным разделам;
- привлечение студентов к участию в хоздоговорных НИР и внутренних грантах;
- проведение исследований, обзоров, экспертных оценок по заданию администрации города и области;
- участие в научно-практических конференциях;
- участие в республиканских, региональных и внутривузовских научных конкурсах, олимпиадах.

7. Проблемное обучение

Обучение по данному методу заключается в создании проблемных ситуаций, их анализе и разрешении в ходе совместной деятельности преподавателя и студентов. Технология обучения предполагает достаточно высокую самостоятельность студентов и общее руководство работы преподавателем.

8. Учебные бизнес-компании, акселераторы, технопарки

Данное направление тесно связано с проблемным обучением и развитием предпринимательской деятельности среди обучающихся.

9. Применение информационных технологий в обучении

В настоящее время преподавателям и студентам в процессе обучения одинаково необходимо пользоваться Интернетом. Одним из наиболее массо-

во применяемых форм использования информационных технологий в сфере образования является перевернутое обучение. Оно предполагает выкладку преподавателем в сети Интернет материалов, которые студенты должны освоить самостоятельно. Для этих целей преподаватель создает свою собственную платформу (собственный сайт, аккаунт в социальных сетях, страница на сайте кафедры), где выкладывается информация, в том числе и по сфере научных интересов. На занятиях студенты работают с уже изученным материалом.

В работе преподавателя в настоящее время применяются следующие информационные технологии:

- ресурс coursea (международная он-лайн площадка для выкладки курсов);
- проведение видеоконференций с помощью skype и др. ресурсов;
- он-лайн библиотеки и хранилища дистанционной информации;
- платформы для создания и проведения он-лайн курсов.

Целью инновационной деятельности является качественное изменение личности выпускника: отличная профессиональная подготовка, повышение его культурного уровня, умение правильно вести себя в обществе, уметь видеть ситуацию, решать самостоятельно проблемы. Это станет возможным при мастерском использовании преподавателями и педагогами тех или иных инновационных методов [2].

Список цитированных источников

1. Макова, Т. И. Инновационная деятельность в образовании / Т. И. Макова, С. А. Пономарева // Подготовка инновационных кадров для рынка труда в условиях непрерывного образования: материалы Международной научно-практической конференции (Нижний Тагил, 20-21 января 2012 г.). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://arbir.ru/articles/a_2964.htm/ – Дата доступа: 18.05.2019.

2. Балин, А. В. Использование инновационных методов в образовании // Молодой ученый. — 2014. — №2. — С. 724-725. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/61/9007/> – Дата доступа: 18.05.2019.

УДК 272(476.7)

Трофимов Е. Р.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Сушко В. В.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЕЛОРУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ НА ТЕРРИТОРИИ БРЕСТЧИНЫ В ПЕРИОД 1945-1965 гг. В УСЛОВИЯХ ГОСУДАРСТВЕННО-РЕЛИГИОЗНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

Беларусь является поликонфессиональным и полиэтническим государством, с доминирующими православной и католической церквями. В различные этапы истории Беларуси по-разному складывались взаимоотношения властных структур и представителей религиозных организаций, однако одинаково сложным и противоречивым стал период XX века. Являясь одной из христианских конфессий, православная церковь, в различные периоды истории, оказывала большое влияние на политическую, социальную и культурную сферы социума. Но в период существования Советского Союза изменения в конфессиональной жизни общества значительно ограничивали деятельность

религиозных объединений, так как приоритетом государства было стремление к атеистическому обществу.

В 1918 г. было ратифицировано постановление «Об отделении церкви от государства и школы от церкви», которое ознаменовало начало противоборства советского государства с церковью как с социальным институтом, так и с религией как неотъемлемой частью духовной сферы. Согласно этому документу, церковь от государства и школы была отделена, обучать и обучаться религии могли лишь частным образом, все имущество церковных и религиозных обществ объявлялось народным достоянием [1, с. 80-81]. Таким образом, советские власти хотели добиться ограничения влияния религиозных организаций, в частности и римско-католической церкви, на политико-экономическое, культурное, образовательное развитие страны, и отстранение молодежи от религиозного воспитания.

В 1929 г. для контроля за деятельностью церкви в СССР было принято «Постановление о религиозных культах». На основании его религиозное общество или группа верующих могла пользоваться только одним молитвенным помещением, имели право приобретения церковной утвари и предметов религиозного культа. Не допускалось преподавание каких бы то ни было религиозных вероучений в учебных заведениях и семейное религиозное воспитание. Данное постановление значительно ограничивало влияние церкви и усложняло жизнь верующим.

В послевоенное время советское правительство стало более лояльно относиться к православной церкви, что объяснялось возросшим авторитетом церкви и активным участием священников в военных действиях в период Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.

Однако война нанесла церкви большой материальный ущерб. Некоторые храмы были полностью разрушены, многие сильно повреждены. Поэтому с первых мирных дней силами верующих началось проведение ремонтных работ. Со стороны Совета по делам РПЦ был организован контроль деятельности верующих и регистрация духовенства, церквей, молитвенных домов и новых приходов.

В условиях «потепления» отношений к православной церкви количество приходов с 1945 г. начинает возрастать [19, с.235]. На 1 апреля 1945 г. всего по Брестской области учтено и имеется 116 приходов. Церквей и молитвенных домов 141, из них действующих 130, недействующих 11. Служителей культа по Брестской области учтено: Священников 110; Дьяконов 16; псаломщиков 86 [13, л.4]. На 1 апреля 1946 г. зарегистрированных общин 134, незарегистрированных 3. Функционирующих церквей зарегистрировано 145, из них 122 приходские и 21 приписная. Функционируют, но не зарегистрированы 3 церкви. Не функционируют 20. Молитвенных домов 4. Служителей культа по Брестской области учтено: Священников 116, Дьяконов 16. (дЗл9,63) Церквями было учтено 4900 крещений новорожденных, венчаний 500, похорон 5100 [16, л.19].

Брестская область, по сравнению с другими регионами БССР, отличается высокой религиозностью населения - только в Кобринском благочинии на 1 января 1947 г. насчитывалось 20530 верующих, в Жабинковском благочинии на этот же период насчитывалось 17330 верующих [3, л.10]. На 1 января 1947 г. зарегистрировано 128 приходских и 28 приписных церквей. Молитвенных домов 5. В городах зарегистрировано 13 священников, 7 дьяконов и 10 псаломщиков. В посёлках городского типа 9 священников, 3 дьякона и 6 псаломщиков. В сельских церквях 96 священников, 7 дьяконов и 74 псаломщика. (дЗ.л63,66)

Церквями было учтено 6429 крещений, прирост 31.2%, 2105 венчаний, прирост 320%, и 3295 похорон, прирост 35.3% [16, л.19].

Так же Советом по делам РПЦ были внесены изменения в работу уполномоченных по делам РПЦ. Правильное понимание функций и задач Уполномоченного нашло своё отражение как в информационных отчётах, так и в планах работы Уполномоченных на квартал Брестской области [15, л.4].

Если в первый период существования Совета и института уполномоченных основной их задачей являлась регистрация духовенства, церквей, новых приходов и т. д., то в последующем уполномоченные должны были обратить главное внимание на более глубокое и детальное изучение происходящих в жизни церковных кругов процессов: изучение кадров духовенства, деятельность духовных учебных заведений, положения в монастырях и рассмотрение по существу поступающих вопросов [15, л.4-5].

Но «оттепель» в отношениях РПЦ и СССР продолжалась не долго. В 1948 г. выходит Указ Совета по вопросам изъятия типовых церковных зданий у религиозных общин и передаче местным органам для использования под культурно-просветительские цели [16, л.89].

В 1950-1951 гг. православная церковная организация состояла из 11 благочинных округов, объединяющих 14 административных районов, город Брест и 131 приходскую общину. По области насчитывалось 162,5 тыс. прихожан, что составляло 50% к количеству взрослого населения и 27% ко всему населению области [17, л.34-35].

В пользовании прихожан было 186 молитвенных зданий. Из них в городах - 15, в посёлках городского типа - 10, в сёлах - 161. На 1 января 1950 г. молитвенных зданий, подлежащих исключению с учёта и снятию с регистрации - 27, из них - 8 по причине неиспользования [17, л.46-47]. Священников насчитывалось 133 человека, из них в городах - 15, в посёлках - 8, в сёлах - 110; дьяконов – 13 человек, а именно, в городах - 7, в посёлках - 1, в сёлах - 28 [17, л.52].

Середина 1950-х гг. ознаменовалась дальнейшим наступлением на религиозную жизнь. Если в 1920-30-е гг. церковь рассматривалась как «классовый враг» и борьба с ней являлась сложной частью борьбы за социализм, то в 1950-е гг. на смену пришло видение религии, как реакционной, «идеологически чужой» социализму. Религия рассматривалась в качестве главного врага научного мировоззрения. Такое отношение обуславливалось новой политической ситуацией в стране. Она заключалась в провозглашении курса на коммунистическое строительство, где не было места для религии. Снова доминирующей становилась идея построения безрелигиозного государства. Основным методом формирования научно-материалистического мировоззрения трудящихся считалось атеистическое воспитание. Поэтому росли его место и роль в системе идейно-воспитательной работы КПСС.

Противостояние между государством и конфессиями резко усилилось в сентябре 1953 г. Одним из значительных постановлений ЦК КПСС по идеологическим вопросам, которое было принято в то время, являлось постановление от 7 июня 1954 г. «О крупных недостатках в научно-атеистической пропаганде и мерах её улучшения». В данном постановлении отмечались недостатки в проведении атеистической работы, её недооценка как средства коммунистического воспитания трудящихся.

В условиях внутривластной борьбы и для поддержания своего авторитета Н. С. Хрущёв инициировал принятие 10 ноября 1954 г. нового постановления «Об ошибках в проведении научно-атеистической пропаганды среди

населения». ЦК КПСС постановил обязать обкомы, крайкомы КПСС, ЦК компартий союзных республик и все партийные организации решительно устранить ошибки в атеистической пропаганде и впредь ни в коем случае не допускать каких-либо оскорблений чувств верующих и церковнослужителей, а также административного вмешательства в деятельность церкви. Актуализировалось, что в основу научно-атеистической пропаганды следует положить популярное разъяснение наиболее важных явлений в жизни природы и общества, таких вопросов как строение Вселенной, происхождение жизни и человека на Земле, достижений в области астрономии, биологии, физиологии, физики, химии и других наук, подтверждающих правильность материалистических взглядов на развитие природы и общества [18, с. 61,65].

А на XX съезде КПСС 1956 г., в отчётном докладе ЦК КПСС, была поставлена задача «вести решительную борьбу против рецидивов буржуазной идеологии, усиливать наступление на пережитки капитализма в сознании людей, вскрытие их носителей» [18, с. 264].

В связи с ликвидацией в январе 1954 г. ряда областей БССР, к Брестской области были присоединены 11 районов бывшей Пинской и 4 района Барановичской областей. На 1 января 1954 г. в области находилось 232 приходские общины, 231 приходское церковное здание и 100 приписных церковных зданий. До 1960 г. в области имелось 28 приходских общин и церквей, в которых не было штатных священников. Из этого количества по отсутствию штатных священников 12 церквей относится к 1958 г., 9 – к 1950 – 1956 гг. и 7 – к 1947 – 1949 гг. [9, л.45]. Причинами этого являлись отсутствие жилищной инфраструктуры и низкая доходность приходов.

Начало 1960-х годов положило начало новой атеистической компании. В УК БССР, принятого верховным советом БССР 29 декабря 1960 г., была отредактирована Статья 139. «Нарушение законов об отделении церкви от государства и школы от церкви», за привлечение к которой граждан осуждали исправительными работами на срок до одного года или штрафом до пятидесяти рублей. Те же деяния, совершенные лицом ранее судимым за нарушение законов об отделении церкви от государства и школы от церкви, а равно и организационная деятельность, направленная к совершению этих деяний, – наказываются лишением свободы на срок до трёх лет [18, с. 118].

Постановление Совета Министров СССР от 16 марта 1961 г. «Об усилении контроля за выполнением законодательства о культах», по содержанию которого местные советские органы должны обеспечивать строгий контроль за выполнением законодательства о культах и своевременно принимать необходимые меры по ликвидации «нарушений» законодательства служителями культа и религиозными объединениями. Однако это не могло полностью искоренить религиозную практику среди верующих.

В конце 1950-х – начале-1960-х гг. увеличивается число закрытых церквей. В 1959 году было закрыто 3 церкви, из них 2 – как аварийные, 1 – как недействующая на протяжении длительного времени [10, л.2]. В 1960 г. были закрыты все приписные церковные здания. Уполномоченный Совета по Брестской области Иванов А. А. констатирует, что в 1962 г. проведена значительная работа по упорядочению церковной сети и её сокращению. Снято с учёта действующих 35 приходских церквей. 1 января 1963 г. насчитывалось 186 действующих церквей [11, л. 2], за 1964 г. было снято 8 религиозных общин и закрыто 8 церквей [12, л. 1]. Как и в 1930-е гг., начала возрождаться практика уничтожения закрытых храмов.

Тем не менее верующие выступали за сохранение действующих церковных зданий. К районам с наибольшим количеством действующих церквей и молитвенных домов от 16 до 22 относились: Столинский – 22; Каменецкий – 19; Высоковский – 18; Давыд-Городокский – 18; Кобринский – 18; Брестский, Пинский по 16 [12, л. 20]. Несмотря на все ограничения, снизить влияние церкви не удалось. По неофициальным данным, число верующих составляло около 80%.

Православная церковь на Брестчине в период с 1945 по 1965 гг. осуществляла религиозную деятельность в достаточно сложных и противоречивых условиях. Православие являлось лидирующей по числу приверженцев конфессией в регионе, приходы которого ежегодно пополнялись новыми последователями.

Список цитированных источников

1. Государственный архив Брестской области (ГАБО). – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 2. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
2. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 12. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
3. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 6. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
4. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 19. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
5. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 23. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
6. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 1. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
7. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 27. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
8. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 8. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
9. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 24. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
10. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 25. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
11. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 32. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
12. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 1. – Д. 16. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
13. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 2. – Д. 2. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
14. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 2. – Д. 3. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
15. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 2. – Д. 4. Циркулярные и инструктивные письма Совета уполномоченных на местах.
16. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 2. – Д. 5. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
17. ГАБО. – Фонд 1482. – Оп. 2. – Д. 9. Информационно-отчётные доклады уполномоченного по делам религиозных культов по Брестской области.
18. О религии и церкви : сб. высказываний классиков марксизма-ленинизма, документов КПСС и Совет. государства / сост.: А.М. Залесский, Т.Г. Купченя. – Минск : Беларусь, 1983. – 128 с.
19. Канфесіі на Беларусі (канец XVIII–XX ст.) / В.В. Грыгор’ева [і інш.] ; пад рэд. У.І. Навіцкага. – Мінск : Экаперспектыва, 1998. – 340 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Азарко Д. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Хилькович А. В. СИСТЕМЫ ХАССП (НАССР) И GMP+ НА ПИЩЕВОМ ПРЕДПРИЯТИИ.....	4
Азарко Д. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Хилькович А. В. СЕКТОР СТАНДАРТИЗАЦИИ И КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	6
Беджанова А. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Кайдановская Т. В. МАЛЫЙ БИЗНЕС КАК ОБЪЕКТ АНАЛИЗА	9
Беджанова А. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Кайдановская Т. В. МОДЕЛЬ АНАЛИЗА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА.....	12
Беджанова А. А. Научный руководитель: доцент Аверина И. Н. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ТОЛЛИНГА И ЕГО БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ	15
Беджанова А. А. Научный руководитель: доцент Аверина И. Н. ВОЗМОЖНОСТИ АВТОМАТИЗАЦИИ ТОЛЛИНГА В ERP-СИСТЕМАХ	19
Беняш В. О. Научный руководитель: к.э.н., доцент Медведева Г. Б. ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ГОРОДСКУЮ ЛОГИСТИКУ	22
Богута А. С. Научный руководитель: к.э.н., доцент Потапова Н. В. ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДИРЕКТ-КОСТИНГА ПРИ УПРАВЛЕНЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ	25
Богута А. С. Научный руководитель: к.э.н., доцент Потапова Н. В. ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	28
Борисюк А. С., Величко А. Н. Научный руководитель: ст. преподаватель Прилуцкая Н. А. ОСНОВАНИЯ ПРИЗНАНИЯ НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ СДЕЛОК В ПРОЦЕДУРЕ БАНКРОТСТВА	31
Брич Ю. Н., Рыжук К. Б. Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е. О. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ КОМИССИОНИРОВАНИЯ НА СКЛАДЕ	35
Букач А. А., Кучко А. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Скопец Г. Г. РАЗНООБРАЗИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	38
Василевская А. В., Кащеева Д. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н. В. ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЕМ ЗАТРАТ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА.....	41
Василевская А. В., Кащеева Д. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н. В. ВЛИЯНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА УМЕНЬШЕНИЕ ЗАТРАТ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ	43
Василец П. С., Слюсарчик В. З. Научный руководитель: ассистент Кочурко О. А. ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	45

Василюк А. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н. В. ОРГАНИЗАЦИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА НА ОСНОВЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ НА ОАО «БРЕСТМАШ»	49
Василюк А. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н. В. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ.....	52
Волынец А. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г. ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	54
Волынец А. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г. ЛИЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	57
Гапанович Т. В., Горчанюк Н. А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В. В. ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И РОСТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	60
Гапанович Т. В., Горчанюк Н. А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В. В. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	62
Головчик И. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Бережная Г. Г. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА.....	65
Голуб М. П. Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г. ЦИФРОВАЯ ВАЛЮТА КАК СРЕДСТВО ЛИКВИДАЦИИ УБЫТОЧНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	68
Голуб М. П. Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г. УЧЕТ КРИПТОВАЛЮТЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	71
Гончарова А. А., Калиновская Ю. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Шишко Е. Л. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛЁНОЙ» ЛОГИСТИКИ.....	75
Горковчук Е. С, Шуляк К. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Кацер А. А. ПОТЕНЦИАЛ БЕЛАРУСИ В ОБЛАСТИ ТРАНСПОРТНЫХ КОММУНИКАЦИЙ	79
Гулевич О. И. Научный руководитель: к.э.н, доцент Костенко Н. В. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА УСЛУГ	82
Демко А. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Бунько С. А. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В БРЕСТСКОМ РЕГИОНЕ	87
Демко И. Д. Научный руководитель: доцент Сенокосова О. В. ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ КАК ПЛАТЕЖНОЕ СРЕДСТВО: ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	90
Демко И. Д. Научный руководитель: доцент Сенокосова О. В. ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И АУДИТА ОПЕРАЦИЙ С ЭЛЕКТРОННЫМИ ДЕНЬГАМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	93

Денисюк А. П. Научный руководитель: к.э.н., доцент Черноокая Е. В. ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ УЧЁТ	97
Жук А. И., Олейник В. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Лазарчук И. М. КАЧЕСТВО ЖИЗНИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ПАРАМЕТР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	100
Зданевич А. Е. Научный руководитель: к.э.н., доцент Юрчик В. И. ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИИ НА ЕЕ ДЕЛОВУЮ РЕПУТАЦИЮ.....	105
Зданевич А. Е. Научный руководитель: к.э.н., доцент Юрчик В. И. ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	107
Зданович О. В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М. Т. ЕВРОРЕГИОН «БУГ»: ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	109
Казарян К. А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В. В. МАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА.....	112
Казарян К. А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В. В. РАСЧЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА ТРАНСПОРТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА.....	115
Калиновская Т. С., Муха Т. С. Научный руководитель: ст. преподаватель Кулакова Л. О. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ ЛОГИСТИКИ В БРЕСТЕ.....	117
Карпук Д. Ю. Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н. П. ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАНЫ.....	120
Ковалевич М. Н. Научный руководитель: ст. преподаватель Ермакова Э. Э. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	122
Ковалевич М. Н. Научный руководитель: ст. преподаватель Ермакова Э. Э. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ	126
Ковальчук А. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Рамская Л. К. ОРГАНИЗАЦИЯ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК ПО ГОРОДАМ БЕЛАРУСИ	129
Козорез И. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г. ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ИТ-АКТИВОВ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	132
Козорез И. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г. ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ИТ-АКТИВА	135
Коломийцева А. И. Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н. Г. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ.....	138
Костецкая К. О. Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н. Г. РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В БЕЛАРУСИ	142

Кузьмина Б. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Мишкова М. П. ОСОБЕННОСТИ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	146
Кульгавая А. Г., Лохаюк А. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Крамаренко А. К. ИССЛЕДОВАНИЕ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОРМОВ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ СПК «БОРОДИЧИ»)	149
Купрысь А. Н. Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н. Г. ПРОДВИЖЕНИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	153
Лаврентьева К. К. Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И. И. ПУТИ АКТИВИЗАЦИИ БИРЖЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В БЕЛАРУСИ НА ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ СИСТЕМ	156
Лаврентьева К. К. Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И. И. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ БИРЖЕВЫХ СИСТЕМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	158
Лезина А. С. Научный руководитель: ст. преподаватель Бережная Г. Г. ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И МЕТОДЫ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	161
Мальцева Д. И., Левонюк И. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е.О. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СКЛАДЕ	164
Марзан А. А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Драган Т. М. ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	167
Марзан А. А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Драган Т. М. ПРОБЛЕМЫ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	170
Марченко А. В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Медведева Г. Б. РЕЦИКЛИНГ В ЛОГИСТИКЕ	174
Марчук А. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Будурян Т. А. ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ	177
Марчук А. В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Куган С. Ф. КЛАСТЕРЫ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА	180
Морозова Ж. И. Научный руководитель: ст. преподаватель Мишкова М. П. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	183
Муха Т. С., Калиновская Т. С. Научный руководитель: ст. преподаватель Кулакова Л. О. ПРОЕКТ ВНЕДРЕНИЯ СЕРВИСА КАРШЕРИНГА В Г. БРЕСТЕ	186
Никонович М. В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М. Т. АНАЛИЗ РЫНКА СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	189

Онанчук А. И Научный руководитель: ст. преподаватель Макарук О. Е. АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	192
Онанчук А. И Научный руководитель: ст. преподаватель Макарук О. Е. СИСТЕМА КРЕДИТНОГО СКОРИНГА В БАНКОВСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЕ	196
Остапук Т. Н. Научный руководитель: ст. преподаватель Небелюк В. В. ПЕРСПЕКТИВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА БЕЛОРУССКИХ ВУЗОВ	199
Острейко Н. А. Научный руководитель: старший преподаватель Чех Е. В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТАРИФНОЙ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	202
Пелля А. А. Научный руководитель: к.э.н., доцент Медведева Г. Б. ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВРЕМЕНИ ПОГРУЗОЧНО-РАЗГРУЗОЧНЫХ ОПЕРАЦИЙ НА СКЛАДЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРАНСПОРТНОЙ ПЕРЕВОЗКИ ГРУЗОВ.....	204
Перевозчиков Д. В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М. Т. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА: СУЩНОСТЬ И СФЕРА ПРИМЕНЕНИЯ	208
Позняков Д. А., Семак К. Ю. Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е. О. СКЛАДЫ И РОБОТЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	210
Проскура Е. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Бережная Г. Г. АРОМАМАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	213
Сидорович О. В. Научный руководитель: ассистент Диковицкая Д. В. B2C КАК ОСНОВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	216
Скок К. С., Чечко В. В. Научный руководитель: ассистент Диковицкая Д. В. НОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ. ПРОБЛЕМА ПЕРЕСЕЧЕНИЯ ГРАНИЦЫ.....	219
Тивончик В. В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М. Т. ОПТИМИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ	222
Тикунова Д. Ю. Научный руководитель: доцент Аверина И. Н. АВТОМАТИЗАЦИЯ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ «ГАЛАКТИКИ ERP»	225
Тикунова Д. Ю. Научный руководитель: доцент Аверина И. Н. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И РОЛЬ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ	229
Тишко Д. О. Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И. И. СУЩНОСТЬ СИСТЕМНЫХ РИСКОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	232
Тишко Д. О. Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И. И. СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ СИСТЕМНЫХ РИСКОВ БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	234

Трофимович Р. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Скопец Г. Г. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АГРОТУРИЗМА БЕЛАРУСИ И ГЕРМАНИИ	237
Трофимович Р. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Обуховская О. А. АГРОТУРИЗМ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ БРЕНД БЕЛАРУСИ	240
Трофимович Р. А. Научный руководитель: ст. преподаватель Обуховская О. А. ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА КАК ТУРИСТИЧЕСКОГО БРЕНДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	243
Философ Е. А. Научный руководитель: д.т.н., профессор Павлючук Ю. Н. К ВОПРОСУ ПЛАНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	244
Философ Е. А. Научный руководитель: д.т.н., профессор Павлючук Ю. Н. ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ЗАКУПОК КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	247
Хомичук С. О. Научный руководитель: к.э.н., доцент Куган С. Ф. НЕОБХОДИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ	250
Хотько Т. А., Вышинская В. М. Научный руководитель: ст. преподаватель Будурян Т. А. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	252
Хотько Т. А., Вышинская В. М. Научный руководитель: ст. преподаватель Будурян Т. А. ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА И ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	256
Худинская М. В. Научный руководитель: к.э.н, доцент Костенко Н. В. ГРАВИТАЦИОННЫЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОЕКТА «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»	259
Хурсин Д. А., Микитюк П. В. Научный руководитель: ст. преподаватель Кривицкая Т. В. ОПТИМИЗАЦИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ	263
Цупа О. В. Научный руководитель: ассистент Кочурко О. А. БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИЯ В ЛОГИСТИКЕ	266
Шеметюк Д. С. Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФАКТОРИНГА ДЛЯ БИЗНЕСА	268
Шеметюк Д. С. Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г. ОСОБЕННОСТИ ФАКТОРИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	271
Шикасюк А. И., Шикасюк Е. И. Научный руководитель: ассистент Сидак С. В. АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОФОРМЛЕНИЯ ДОКУМЕНТАЦИИ В СФЕРЕ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК	274
Ширковец О. В. Научный руководитель: к.э.н., доцент Медведева Г. Б. ПРЕИМУЩЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ КОНТЕЙНЕРНЫХ ПЕРЕВОЗОК	277

Щипко И. А., Игнатьева Е. Э.
Научный руководитель: ст. преподаватель Небелюк В. В.
QR- КОД КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ,
ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ280

Якубюк В. В.
Научный руководитель: к.т.н., доцент Надеина Н. Г.
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....282

Ярошевич Д. А.
Научный руководитель: доцент Сенокосова О. В.
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ИНВЕСТИЦИЙ В АССОЦИИРОВАННЫЕ
ОРГАНИЗАЦИИ В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ МСФО286

Ярошевич Д. А.
Научный руководитель: доцент Сенокосова О. В.
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ИНВЕСТИЦИЙ
В АССОЦИИРОВАННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ МСФО289

СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Величко А. Н.
Научный руководитель: старший преподаватель Ипатова О. В.
КЛАССИФИКАЦИИ ОСНОВАНИЙ НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ СДЕЛОК.....293

Денисюк А. П.
Научный руководитель: ст. преподаватель Наумова В. И.
ПОНЯТИЕ «ЭКЗИСТЕНЦИЯ» В РАБОТЕ С. КЪРКЕГОРА «СТРАХ И ТРЕПЕТ».....297

Жебит А. В.
Научный руководитель: к.и.н., доцент Малыхина Л. Ю.
КУЛЬТУРА И ОБЫЧАИ ПОЛЕССКОГО РЕГИОНА В «ВОСПОМИНАНИЯХ...» Ю. И. КРАШЕВСКОГО300

Лашкевич В. В.
Научный руководитель: к.ф.н., доцент Чагайда Ю. Н.
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТРОИТЕЛЬНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ306

Максимчик А. В., Голубицкая Г. С.
Научный руководитель: ст. преподаватель Крамаренко А. К.
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СПОРТА.....309

Мальцева Д. И., Рыжук К. Б.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Четырбок Н. П.
ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ
В СИСТЕМУ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ312

Марченко А.В.
Научный руководитель: к.и.н., доцент Малыхина Л. Ю.
ПРОИСХОЖДЕНИЕ МИКРОРАЙОНОВ И ИХ НАЗВАНИЙ
В ЛЕНИНСКОМ РАЙОНЕ ГОРОДА БРЕСТА.....314

Марченко А. В.
Научный руководитель: к.и.н., доцент Малыхина Л. Ю.
ИСТОРИЯ И ТОПОНИМЫ МИКРОРАЙОНОВ МОСКОВСКОГО РАЙОНА Г. БРЕСТА.....318

Омельчук Ю. А.
Научный руководитель: ст. преподаватель Ковалевич О. А.
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УЧРЕЖДЕНИИ ОБРАЗОВАНИЯ322

Омельчук Ю. А.
Научный руководитель: ст. преподаватель Ковалевич О. А.
ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ324

Трофимов Е. Р.
Научный руководитель: к.и.н., доцент Сушко В. В.
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЕЛОРУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ НА ТЕРРИТОРИИ БРЕСТЧИНЫ
В ПЕРИОД 1945-1965 гг. В УСЛОВИЯХ ГОСУДАРСТВЕННО-РЕЛИГИОЗНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ327

Научное издание

СБОРНИК КОНКУРСНЫХ НАУЧНЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ

Часть II

Ответственный за выпуск: **Шешко Н.Н.**
Редактор: **Боровикова Е.А.**
Компьютерная вёрстка: **Соколюк А.П.**
Корректор: **Никитчик Е.В.**

Издательство БрГТУ.
Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя
печатных изданий № 1/235 от 24.03.2014 г.,
№ 3/1569 от 16.10.2017 г.
Подписано в печать 01.10.2019 г. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага «Performer». Гарнитура «Arial».
Усл. печ. л. 19,76. Уч. изд. л. 21,25.
Заказ № 1243. Тираж 40 экз.
Отпечатано на ризографе Учреждения
образования «Брестский государственный
технический университет».
224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

ISBN 978-985-493-469-3