

У организаций, которые используют данные программные продукты для автоматического управления транспортом, значительно упрощается работа всех логистических процессов и происходит сокращение затрат на логистику. Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что для автоматического управления в транспортной логистике рекомендуется использовать систему планирования «1С: Предприятие 8. TMS Логистика. Управление перевозками».

Литература

1. 1С: Предприятие 8. TMS Логистика. Управление перевозками [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://solutions.1c.ru/catalog/tms/features>.
2. Axelot TMS X4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.axelot.ru/service>.
3. Grotem/Drive [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://grotem.ru>.
4. Махотра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://махотра.ru>.
5. Relog [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://getrelog.com>.
6. SAP TM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sap.com/products/scm/-transportation-logistics.html>.
7. Щербаков, В. В. Автоматизация бизнес-процессов в логистике: учебник / В. В. Щербаков, Е. О. Коскур-Оглы, А. В. Мерзляк. – М. : Питер, 2016. - 801 с.
8. Лукинский, В. С. Логистика автомобильного транспорта / В. С. Лукинский. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 368 с.
9. Мегалогист [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mega-logist.ru>.
10. Муравьиная логистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ant-logistics.com>.
11. ЯКурьер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yacurier.com>.
12. Яндекс. Маршрутизация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/routing>.
13. Щербаков, В. В. Автоматизация бизнес-процессов в логистике / В. В. Щербаков, А. В. Мерзляк, Е. О. Коскур-Оглы. – М. : Питер, 2016. – 464 с.

УДК 336.748(476)

Бондарук И. Д., Морозова А. Д., студенты
научный руководитель – **Гарчук И. М.**, к. э. н., доцент
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ОСОБЕННОСТИ ИНФЛЯЦИИ И АНТИИНФЛЯЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Действие инфляции в любой стране может иметь как положительный, так и отрицательный эффект. В зависимости от вида и темпов роста инфляции. Низкая инфляция способствует росту цен и нормам прибыли, являясь временным стимулом экономической конъюнктуры. Однако зачастую инфляция негативно сказывается на экономике. В ходе углубления инфляция препятствует производству, усугубляет экономическую и социальную напряжённость в обществе.

Республика Беларусь по уровню инфляции по состоянию на октябрь 2022 года находится в числе лидеров среди стран СНГ, что обуславливает актуальность исследования инфляционных процессов, а также инфляционной политики в белорусской экономике.

Основными факторами ускорения инфляционных процессов в Республике Беларусь выступили: негативные тенденции состояния платежного баланса и ситуация на валютном рынке; высокие инфляционно-девальвационные ожидания населения, производителей и торговых организаций; денежно-кредитная политика, связанная с чрезмерным эмиссионным кредитованием госпрограмм в сочетании с поддержанием официального обменного курса белорусского

рубля на завышенном уровне; диспаритет цен между Республикой Беларусь и Российской Федерацией; рост затрат на производство товаров и услуг; высокая степень монополизации производства и рынков.

Как показывает зарубежный опыт, от инфляции в рыночной экономике очень сложно избавиться, даже невозможно. Однако есть возможность сделать её умеренной и контролируемой. Для борьбы государство проводит антиинфляционную политику. Она представляет собой совокупность инструментов государственного регулирования, направленных на снижение инфляции. Перед экономистами стоит важный вопрос – возможно ли ликвидировать инфляцию путём радикальных мер или можно адаптироваться к ней.

Антиинфляционные меры, их разработка и реализация являются не столько актуальной, сколько чрезвычайно сложной задачей, стоящей перед государством. С развитием стран в рыночной экономике приобретаемый опыт даёт богатый материал как в теории инфляции, так и в методах практической борьбы с ней. Для стабилизации экономики следует выделить два основных подхода антиинфляционной программы.

Ортодоксальная программа носит монетаристский характер и основана на максимальном увеличении сферы действий рыночных регуляторов при ограничении функции государства при его вмешательстве в экономику. Данная программа предусматривает либерализацию условий деятельности предприятий как на внутреннем, так и на мировых рынках, на свободные цены при ограничении роста заработной платы и поддержании плавающего курса национальной валюты.

С кейнсианской точки зрения государству следует быть более активным при регулировании экономики, включая временное замораживание цен и заработной платы, налоговое стимулирование предпринимательства, сбережений населения, поддержку жизненно важных отраслей и производств.

Как правило, в практической деятельности в западных странах используются смешанные программы, которые содержат элементы политики из обеих программ.

Отечественный опыт регулирования социально-экономического развития, проведения денежно-кредитной, структурной, технологической и другой политики в 1990-х годах и в 2000–2009 гг. позволяет разрабатывать достаточно гибкие и эффективные антиинфляционные меры с учетом достижений высокоразвитых стран, опыта стран с переходной экономикой.

Чтобы успешно противостоять инфляции, необходимо совмещать разные инструменты борьбы с инфляцией. Ключевой отличительной чертой антиинфляционной политики Республики Беларусь является применение как макроэкономических, так и микроэкономических инструментов. Стоит иметь в виду, что в Беларуси трансформационная модель экономики, где все еще есть место для таких процессов, как реформирование и реструктуризация.

В Республике Беларусь антиинфляционная политика осуществляется по данным направлениям:

- денежно-кредитное управление;
- бюджетно-налоговое управление;
- политика ценообразования и уровня доходов;
- антимонопольная политика.

На данный момент государство придерживается политики постепенного снижения инфляции. Различные государственные структуры Республики Беларусь занимаются постоянным урегулированием уровня цен и уровня доходов населения. Это значит, что вводятся определенные пределы заработной платы путем роста общей производительности труда, а рост уровня цен сдерживается путем увеличения затрат на заработную плату, а также сдерживанием цен определенными средствами контроля и регулирования. В это же время государство старается стимулировать реальный сектор экономики, в первую очередь экспортеров, при уменьшении трат государственного бюджета [2].

Указанные меры реализуются в правительственных программах и прогнозах. С учетом допускаемой инфляции, других макроэкономических характеристик и далее будет проводиться соответствующая политика обменного курса белорусского рубля по отношению к валютам других стран. Руководством страны ежегодно утверждаются Основные направления денежно-кредитной политики, реализуемые Национальным банком страны. В них определяются целевые параметры курса рубля, роста эмиссии и денежной массы, прироста чистого рублевого внутреннего кредита и другие, а также меры по их взаимоувязанной реализации. В ежегодных Прогнозах социально-экономического развития Республики Беларусь содержится комплекс мер антиинфляционного характера в реальном секторе экономики, бюджетно-налоговой сфере, ценообразовании. Эти меры предусматривают системное решение проблем снижения уровня инфляции, достижение целевых параметров по динамике индекса потребительских цен.

Со второй половины 2020 г. Нацбанк активно поддерживал ликвидность банков. На длительный промежуток времени была остановлена выдача большинства кредитов, а ставка рефинансирования оставалась неизменной. Для поддержания стабильности денежного оборота внутри банков были повышены процентные ставки для вкладов в национальной валюте. Также это было сделано с целью повысить доверие к национальной валюте и банкам. Стоит отметить, что многие проблемы были вызваны экономическими процессами внутри страны, в том числе нарушением системы поставок и продаж. НБРБ принял ряд решений для усиления контроля за приростом рублевой денежной базы и широкой денежной массы, которые в 2022 г. являются операционным и промежуточным ориентирами денежно – кредитной политики соответственно [2].

Реализация данного подхода по снижению уровня инфляции в Беларуси предполагает активное участие государства в регулировании экономики, согласованное действие различных государственных структур как в рамках Правительства, так и в сфере его взаимодействия с Национальным банком. Сбалансированность и скоординированность отдельных целей, которые реализуют отдельные ведомства, должны обеспечиваться в процессе подготовки прогнозно-программных документов и, в первую очередь, при разработке прогноза социально-экономического развития, государственного бюджета, основных направлений кредитно-денежной политики на очередной год.

В рамках проводимого нами исследования с целью выявления реального уровня изменения цен на потребительские товары повседневного спроса был проведен практический анализ. Методика аналитической работы заключалась в сборе и последующем разборе статистических данных. Источником исходных данных стала база данных, сформированная Национальным статистическим комитетом в период с 2019 по 2021 г. [1]. В основу легли цены на товары из группы социально-значимых, а также на наиболее популярные среди потребителей республики товары, стоимость которых не регулируется государством. Для наглядного представления информации и объективности полученного результата была создана система так называемых дашбордов на базе Microsoft Excel. В процессе изучения результатов аналитической деятельности был выделен еще один признак, который мы учитывали при репрезентации данных, а именно процент влияния импорта на ценообразование относительно определенной товарной группы.

Использование вышеназванной технологии позволило достаточно четко определить динамику цен. Как один из наиболее ярких примеров роста цен среди товаров, относящихся к социально-значимой группе, была выбрана бескостная говядина. Исходя из данных, представленных на рисунках 1 и 2, следует, что отпускная стоимость рассматриваемого продукта с 2017 по 2021 год постоянно росла, о чем свидетельствует ее изменение в отдельных регионах страны более чем на 50 %. Здесь стоит отметить, что заметный скачок произошел с началом пандемии COVID-19, которая повлияла на рост стоимости закупки оборудования и его амортизации, а также корма для животных. Лидером по росту цен стабильно остается город Минск, что связано со значительной разницей в доходах жителей столицы и регионов, а также отличающимися затратами представителей торговли на сбыт.

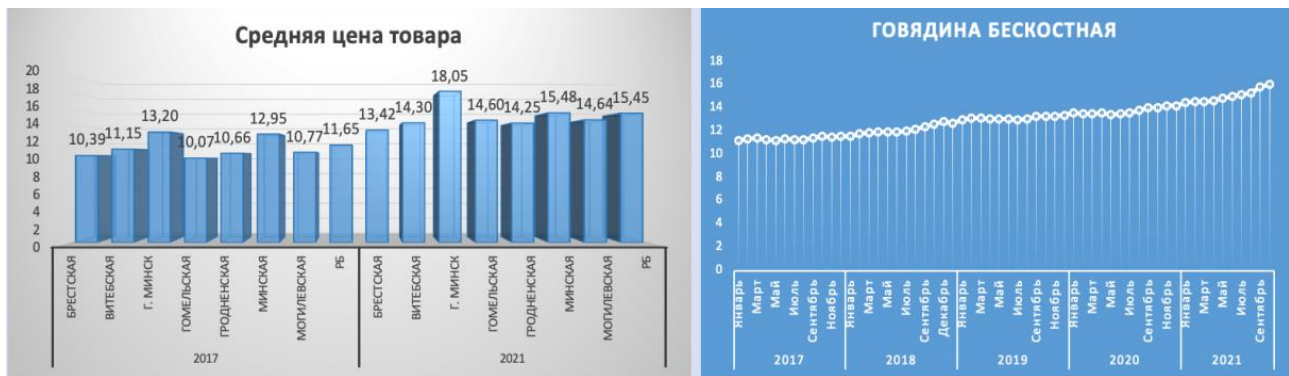


Рисунок 1 – Динамика изменения цен на говядину бескостную

Изучая структуру изменения цен на сахар-песок, было отмечено, что государственное регулирование оказывается наиболее эффективным, когда применяется на товар, производство которого мало зависит от импорта. Так стоимость сахара оставалась неизменной на протяжении трех лет. Лишь в 2021 году произошло незначительное изменение, которое в большей степени связывается с резким увеличением домашними хозяйствами спроса и формированием запасов данного продукта, а также с возросшей интенсивностью экспорта. Данная тенденция прослеживается относительно всех товаров из местного сырья.

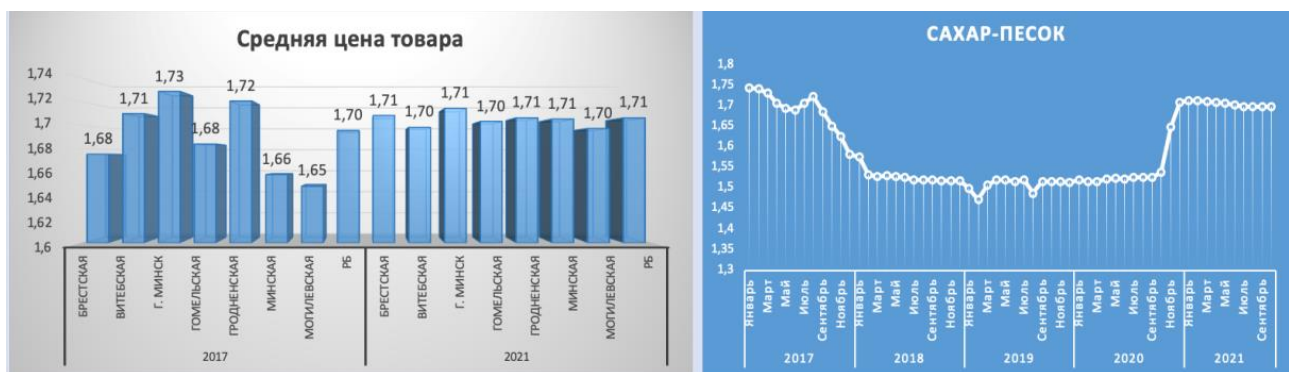


Рисунок 2 – Динамика изменения цен на сахар-песок

По ранее утвержденному Нацбанком прогнозу, инфляция Беларуси в 2021 г. должна была составить около 5 %, однако все же повысилась до 7 %.

После изучения результатов, полученных с помощью дашбордов, а также опыта стран с похожей экономической структурой, которые успешно смогли преодолеть стагнацию в экономике, были сформулированы общие положения. С целью создания благоприятных условий для успешного будущего и социально-экономического развития Республики Беларусь необходимо усовершенствовать методы антиинфляционной политики. Чтобы этого добиться, нужно сделать следующее:

- сократить уровень инфляционных ожиданий среди населения и субъектов хоз. деятельности;
- обозначить пределы роста денежной массы;
- наращивать ВВП не путем эмиссии;
- нацбанку стоит провести независимую политику, суть которой будет в сохранении и удержании стабильности денежно-кредитной политики;
- увеличить ставки рефинансирования в соответствии с уровнем инфляции, также снизить ставки по депозитам и кредитам в белорусских рублях;
- использовать новые технологии и импортозамещающие производства с целью уменьшения роли импорта инфляционных процессов из-за границы.

Основываясь на всем вышесказанном, можно сделать вывод, что проводимая антиинфляционная политика на территории Республики Беларусь весьма успешна, если судить по динамике уровня инфляции. Хорошо работают ключевые положения антиинфляционной политики: фискальная и монетарная политика. На данном этапе наше государство использует комбинации разных инструментов для противостояния инфляции. Но есть определенные проблемы, которые не дают проводимой антиинфляционной политике быть максимально успешной.

Литература

1. Основные направления денежно-кредитной политики Республики Беларусь на 2022 год [Электронный ресурс] / Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/legislation/documents/ondkp2022.pdf>. – Дата доступа: 23.10.22.

2. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nbrb.by. – Дата доступа: 25.10.2022.

УДК 339.138

Бондарук И. Д., Морозова А. Д., студенты
научный руководитель – **Бережная Г. Г.**, старший преподаватель
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ГЕНДЕРНЫЙ МАРКЕТИНГ

Главной задачей любой рекламы является стремление к максимально возможному охвату необходимой целевой аудитории при достижении конкретно поставленных коммерческих целей. С целью решения данных задач в рекламной практике разработано множество различных методов и способов воздействия на целевые аудитории, повышающие эффективность рекламных коммуникаций. Одним из методов результативного маркетингового влияния считается разработка рекламы на базе гендерной дифференциации ценностей в отношении мужской и женской части населения.

Гендер – социальная особенность, определяющая поведение человека в обществе, и то, как это поведение воспринимается окружающими.

Гендерные вопросы всегда вызывают большой резонанс в обществе. Это касается не только поведения, но и маркетинговых стратегий, которые реализуют на практике ритейлеры и производители «женских» и «мужских» товаров. Понятие гендера в маркетинге обладает огромным значением, которое позволяет исследовать его структуру поведения потребителей, а также качественно применить приобретенные в результате исследования материалы на практике. Результаты исследования в основном представлены в виде дифференцированных средств стимулирования спроса.

Использование гендерного подхода в маркетинге существует достаточно долго и находит свое отражение в различных направлениях: в разработке товара, в предоставлении услуг, в коммуникациях и средствах стимулирования спроса.

Ключ к успешному маркетингу – разделить потребителей на оптимальные целевые группы, в том числе и с учетом гендерной особенности.

Таким образом гендерный маркетинг – это понимание и учет гендерных особенностей отдельных потребителей и их групп при осуществлении рыночной деятельности.

Цель исследования – исследовать текущую ситуацию на рынке массовых потребителей и на основе результатов эмпирического исследования определить, каково влияния гендерных ярлыков на потребительские предпочтения.