

После определения концепции будущего комплекса приступают к разработке предпроектного предложения, где заложены основные параметры проекта. На этом же этапе просчитывается и финансовая модель. Проект должен быть востребован рынком, не выходя при этом за рамки бюджета. Необходимо соблюдать этот баланс. На этом этапе происходит финансовое обоснование проекта.

Грамотный подход к проектированию, привлечение профессиональных проектировщиков позволяют минимизировать потери при запуске проекта, делают его экономически рентабельным и востребованным в течение длительного времени. Стоит признать, что пока, в силу большого спроса, востребованы даже объекты, имеющие многочисленные недочеты проектирования. Между тем развитие рынка предполагает возрастающую конкуренцию, а значит, улучшение качества предложения. Как только критическая масса вновь построенных объектов уравнивает соотношение спроса и предложения, некачественные комплексы не смогут выдерживать конкуренцию с новыми зданиями в одной ценовой категории, а со временем, возможно, и вовсе будут вытеснены с рынка. [4]

Список цитированных источников

1. Альбеков, А. У. Экономика коммерческого предприятия. – Москва: Феникс, 2012. – 448 с. – Текст: непосредственный.
2. Логистика: учебное пособие/ под ред. Б. А. Аникина. – Москва: ИНФРА-М, 2011. – 327 с. Текст: непосредственный.
3. Модели и методы теории логистики: учебное пособие. – 2-е изд./ под ред. В.С. Лукинского – Санкт-Петербург, 2011. – 357 с. Текст: непосредственный.
4. Долгов, А. П. Логистический менеджмент фирмы: концепция, методы и модели: учебное пособие / А. П. Долгов, В. К. Козлов. – Санкт-Петербург: Бизнес-пресс, 2010. – 541 с. Текст: непосредственный.

УДК 336.763

Савич К. Я.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗЕЛЕННЫХ ФИНАНСОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. Формирование самостоятельного направления инвестиционной активности, получившего в зарубежной практике название «зелёное финансирование», рассматривается экспертами как одно из принципиальных изменений в рамках существующей глобальной финансовой системы, оно нацелено на обеспечение устойчивого роста в увязке с решением социальных и экологических задач.

Основная часть. В последнее время в мире много внимания уделяется экологическим проблемам, в том числе повышению эффективности в энергетике и расширению использования возобновляемых источников энергии, контролю за выбросом парниковых газов и др. Особую актуальность тема энергосбережения и изменения климата приобретает в условиях природных катаклизмов – глобального потепления и загрязнения воздуха. На состоявшемся в январе 2018 г. Всемирном экономическом форуме в Давосе премьер-министр Индии Нарендра Моди отметил, что одной из главных угроз на пути развития современной цивилизации является изменение климата, а представители Ки-

тая заявили, что страна намерена в ближайшие три года сосредоточиться на борьбе с такой угрозой, как загрязнение окружающей среды. Одним из вариантов решения данной проблемы в последнее время является все большее вовлечение «зеленой» экономики в жизнь всех государств. Реализуется «зеленая» экономика посредством «зеленых» финансов – элемента «зеленой» финансовой системы.

«Зелёное» финансирование – это инвестиции и другие финансовые инструменты, направленные на работу над экологически чистыми, энергоэффективными и низкоуглеродными проектами. В их числе, например, энергетика на возобновляемых источниках, повышение энергоэффективности, экологически чистый транспорт, развитие низкоуглеродной экономики.

Зеленые проекты обладают следующими отличительными особенностями: они направлены на улучшение окружающей среды, на смягчение последствий изменения глобального климата и более эффективное использование ресурсов. Реализация зеленых проектов посредством зеленого строительства приводит к следующим положительным аспектам: происходит значительное сокращение выбросов парниковых газов, мусора и загрязненных вод; расширению и защите естественной среды обитания и биологического разнообразия; сохранению природных ресурсов; снижению уровня воздушного и водного загрязнений; повышению качества жизни людей и пр. Зеленые проекты являются неотъемлемой частью реализации целей устойчивого развития в таких ее аспектах, как экономический рост и охрана окружающей среды.

Для реализации данных экологических проектов требуются значительные ресурсы. Традиционно в мире «зелёные» финансы существуют в виде «зелёных» облигаций, льготного кредитования или специальных субсидий на «зелёные» проекты. Специальные инструменты нужны, потому что при использовании обычных предложений от фининститутов развитие экологически безопасных проектов усложняется.

В настоящее время среди центральных банков, международных финансовых организаций и специалистов нет единого мнения относительно того, что является «зелеными» облигациями, каков должен быть механизм отнесения актива к категории «зеленого», как должен оцениваться положительный экологический эффект и др. В широком смысле «зеленые» облигации – это целевая эмиссионная долговая ценная бумага, посредством эмиссии которой привлекаются средства на финансирование экологических проектов или проектов, связанных с адаптацией к климатическим изменениям. Зеленые облигации являются основным источником привлечения ресурсов для финансирования зеленых проектов. Основные приобретатели этой ценной бумаги частные инвесторы, которые покупают их для долгосрочного вложения средств и хеджирования риска в своем инвестиционном портфеле. Такие облигации гарантируют небольшую прибыльность (купонный доход максимум 2-2,5%), однако многие инвесторы также обеспокоены состоянием окружающей среды. Основными эмитентами зеленых облигаций являются компании, которые привлекают средства для финансирования зеленых проектов.

По своей сути «зеленые» облигации обладают схожими свойствами со стандартными долговыми инструментами, но ещё и следующими особенностями: прозрачностью и раскрытостью информации о субъектах хозяйствования, эмитирующих зеленые облигации, а также поощрение единообразия в развитии рынка зеленых облигаций посредством разъяснения подхода к выпуску зеленых облигаций.

Государства для развития и расширения инвестиций на «зеленые» проекты вводят государственные программы для их финансирования зеленых проектов, в которых предоставляются различные льготы для субъектов хозяйствования, реализующие зеленые проекты, а также они прямо финансируют различные национальные и международные «зеленые» фонды, зеленые банки и обычные банки, предоставляющие кредиты на «зеленые» проекты и т. п.

Республика Беларусь постоянно заявляет о своей приверженности целям устойчивого развития и принципам «зеленой» экономики, которые предполагают экологически устойчивый, сбалансированный экономический рост. Кроме того, наша страна заинтересована в дальнейшем внедрении финансовых инструментов поддержки «зеленой» экономики, обеспечивающих привлечение более действенного и эффективного «зеленого» финансирования, как государственного, так и частного.

Приверженность на внедрение принципов «зеленой» экономики подтверждается многими нормативно-правовыми актами [1, 2].

Для развития зеленых финансов в рамках зеленой экономики можно продолжить развивать концепцию по перевоплощению ОАО «Белинвестбанка» в ЭкоБанк. Эта идея была предложена 15 апреля 2019 года на пресс-конференции в честь 27-летия банка. Реализацию данной концепции предполагается начать с 2021 года, и за семь лет должен произойти переход к экологическому банку.

Список цитированных источников

1. Об утверждении Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы: Указ Президента Республики Беларусь от 15 декабря 2016 г. № 466.

2. Об утверждении Государственной программы «Охрана окружающей среды и устойчивое использование природных ресурсов» на 2016–2020 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 марта 2016 г. № 205.

УДК 338.46

Саленик В. С.

Научный руководитель: к. э. н., доцент кафедры МЭМИ Бунько С. А.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ HR-БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ

HR-брендинг – это деятельность по формированию комплекса мер, которые направлены на создание привлекательной репутации организации как работодателя. Сегодня в реальном секторе экономики HR-бренд имеет весомое значение для крупных компаний наравне с товарным брендом компании. Маркетинг применим к реализации любого продукта, в том числе это относится и к привлекательности работодателя. Именно благодаря концепции маркетинга у специалистов по кадрам есть возможность взглянуть на ситуацию глазами настоящих и будущих сотрудников.

В настоящее время HR-брендинг находится на стадии становления, и организациям необходима методическая поддержка данного процесса. На основе проведенных исследований различных источников, обобщения теоретического и практического опыта нами выделены следующие укрупненные этапы формирования HR-бренда: