

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

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ – 2020**

Сборник научных статей

Брест 2020

УДК 330 (476)
ББК 674.480.46
А 43

Рецензенты:

д.т.н., профессор кафедры «Организации и управления»
Естественно-гуманитарного университета г. Седльце (Республика Польша) *Ю. Н. Павлючук*
д.э.н., профессор кафедры «Экономика и бизнес»
УО «Полесский государственный университет» (г. Пинск, Республика Беларусь) *Л. Е. Совик*

Редакционная коллегия:

заведующий кафедрой мировой экономики,
маркетинга, инвестиций БрГТУ, к.т.н., доцент *А. Г. Проровский*;
заведующий кафедрой управления,
экономики и финансов БрГТУ, к.э.н., доцент *Н. П. Четырбок*;
профессор Департамента гуманитарных
и социальных наук, кафедра «Спорт для всех», Академия спортивного
воспитания в Варшаве, филиал в Бялой Подляске, д.т.н., профессор *Э.П. Головач*;
доцент кафедры управления,
экономики и финансов БрГТУ, к.э.н., доцент *Н. В. Костенко*

Проровский, А. Г.

А 43 Актуальные проблемы современных экономических систем – 2020: сборник научных статей Международной научно-практической конференции; Брест, 27 ноября 2020 г. / БрГТУ; редкол.: А. Г. Проровский [и др.]. – Брест: БрГТУ, 2020. – 244 с.

ISBN 978-985-493-521-8

Сборник научных трудов посвящен анализу проблем современных экономических систем и выработке рекомендаций по развитию предприятий различных сфер деятельности.

Сборник научных трудов интересен преподавателям высшей школы, аспирантам, магистрантам и студентам экономических специальностей.

УДК 330 (476)
ББК 674.480.46

ISBN 978-985-493-521-8

© Издательство БрГТУ, 2020

ПРЕДИСЛОВИЕ

Современные экономические системы проходят ускоренную проверку своей эффективностью в условиях пандемии COVID-19. С макроточки зрения цифровые платформы характеризуются низкими издержками и эффектом масштабирования бизнеса. Это создает рынки, где "победитель получает все", которые благоприятствуют глобальным чемпионам. Кроме того, бизнес-модель "легкий актив", в которой технологии все чаще заменяют капитал и рабочую силу, указывает на улучшение маржи свободного денежного потока и повышение рентабельности инвестиций.

Цифровизация, автоматизация и глобализация существенно снижают транзакционные издержки и повышают эффективность бизнес-процессов, что приведет к существенному росту капитализации при повышенном интересе инвесторов.

С COVID-шоком цифровой бизнес процветает и завоевывает все большую долю рынка. Даже до пандемии цифровая экономика росла более чем в четыре раза быстрее, чем остальная экономика. Другие критические факторы включают в себя массовые улучшения в технологическом оборудовании, облачные вычисления, продолжающееся внедрение 5G и экспоненциальный рост эффективности ИИ. В этом году быстрый переход к дистанционной работе был обеспечен двумя условиями. Во-первых, возможностями технологического оборудования, широкополосной связью в жилых помещениях, облачными сервисами и возможностями видеоконференцсвязи. Во-вторых, экономика теперь вращается вокруг услуг, а не производства, что позволило большинству компаний участвовать в эксперименте по возможностям удаленной работы.

В области образовательных технологий проявилась необходимость сделать онлайн обучение более эффективным. Те страны, которые не смогут организовать учебный процесс в условиях пандемии, а это беднейшие страны мира, получат эффект «потерянного поколения» и еще большего снижения конкурентоспособности их экономик. Хорошая новость заключается в том, что образование быстро выходит за рамки «мела и разговоров», а компании Edtech не только предлагают самостоятельное электронное обучение, но и все больше делают акцент на обучении на основе искусственного интеллекта, инструментах смешанной реальности (с использованием AR и VR), геймификации и образовательных ботах. Такие передовые технологии обучения находятся в эпицентре глубоких инноваций, а рост будет особенно сильным в сфере высшего и среднего образования, а также в корпорациях (включая здравоохранение) и государственных учреждениях (например, в сфере подготовки военнослужащих).

Перед Республикой Беларусь стоят очень серьезные задачи, решив которые мы выйдем на период устойчивого развития:

1. Неравномерное развитие регионов страны. Для устойчивого развития необходимо создать возможности для самореализации человеку, проживающему в любом населенном пункте страны.

2. Логистика. У экономики Республики Беларусь есть возможность еще лучше использовать географическое положение страны для наращивания экспорта логистических услуг.

3. Экспорт. Для возможности стимулирования экономики Республики Беларусь необходимо добиться положительного платежного сальдо и развитие экспорта является основным направлением.

4. Инновации. Только инновационный путь развития экономики Республики Беларусь способен вывести на новый уровень ВВП страны и доходы населения.

И.Н. Аверина

Брестский государственный технический университет, г. Брест, Республика Беларусь

I.N. Averina

Brest State Technical University, Brest, Republic of Belarus

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ПРОКЬЮРЕМЕНТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

THE BELARUSIAN PROCUREMENT SYSTEM DIGITALIZATION

Прокьюременту Республики Беларусь присуще постоянное совершенствование, его развитие всегда ориентировано на анализ имеющегося в Беларуси опыта и на использование лучших мировых практик. При этом во всех реформах прослеживается развитие цифровых технологий процесса осуществления госзакупок и системный подход к контролю и проверке правомерности совершаемых при госзакупках действий заказчиков.

Procurement of the Republic of Belarus is characterized by regular improvement, its development is always focused on analyzing the experience available in Belarus and using the best world practices. There are the development of digital technologies in the process of implementing public procurement and a systematic approach to monitoring and verifying the legality of actions of customers performed during public procurement can be traced in all reforms.

В продолжение поэтапного реформирования системы государственных закупок в Республике Беларусь с 1 июля 2019 года вступила в силу новая редакция Закона 419-3 «О государственных закупках товаров (работ, услуг)», которая перевела систему прокьюремента страны на новый этап цифровизации.

Закон 419-3 направлен на противодействие монополизму и коррупции, в нем заложены базовые принципы мировой закупочной практики, такие как прозрачность, подотчетность и соблюдение процедур, открытая и эффективная конкуренция, равные возможности для всех участников [1]. Однако на основе пятилетнего анализа отечественного и зарубежного опыта прокьюремента в новом законодательстве Беларуси стало возможным особое внимание уделить ряду следующих важных направлений.

1. Дальнейшее развитие информатизации и электронизации сферы госзакупок.

Как известно, в Беларуси утверждена и работает Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы. В рамках этой программы предусмотрено совершенствование информатизации прокьюремента, что является одной из составляющих последовательного формирования в Республике Беларусь цифровой экономики и электронного правительства.

С целью комплексного информационного сопровождения госзакупок в Беларуси с 1 июля 2019 года введен в действие новый официальный интернет-ресурс – <https://gias.by/>, представляющий собой единую государственную информационно-аналитическую систему управления государственными закупками (ГИАС). При этом бывший официальный сайт госзакупок icetrade.by после перевода всего блока информации по госзакупкам на новый информационный ресурс стал использоваться только для размещения всей информации по закупкам за счет собственных средств.

Основными задачами ГИАС является обеспечение гласности и прозрачности прокьюремента путем хранения полной базы данных о госзакупках, а также обеспечение взаимодействия с двумя официальными электронными торговыми площадками (ЭТП) Беларуси – goszakurki.by и zakurki.butb.by, товарной биржей (butb.by) и автоматизированной системой финансовых расчетов (АСФР) Министерства финансов Республики Беларусь. Эти задачи решены информационной структурой сайта, включающей подсистемы закупок и годовых планов госзакупок, блоки нормативно-справочной информации и перечни реестров, подсистему жалоб и свод всех заключенных договоров по процедурам госзакупок. При этом четко налаженная подсистема взаимодействия ГИАС с другими информационными ресурсами госзакупок обеспечивает автоматическое размещение всей информации о ходе закупочных процедур с ЭТП, на которых теперь осуществляется вся работа заказчиков по

ведению закупок. По новому законодательству ЭТП для заказчиков стали предоставлять свои услуги бесплатно. Открытая часть ГИАС доступна всем пользователям без исключения с целью общественного контроля эффективного использования средств бюджетов, изучения закупочного опыта и ценовых тенденций, развития добросовестной конкуренции и обеспечения гласности и прозрачности размещения заказов. В то же время парольный доступ к закрытой части сайта ГИАС имеет уполномоченный орган по госзакупкам – МАРТ, а также пользователи правоохранительных и контролирующих органов, что позволяет им дистанционно выполнять камеральные проверки корректности проведения процедур и выявлять нарушения.

Для сравнения, аналогичные информационные официальные сайты, аккумулирующие всю информацию прокьюремента, присутствуют во всех странах-участницах ЕАЭС (таб. 1).

Таблица 1 – Официальные веб-порталы для госзакупок стран-членов ЕАЭС

Республика Беларусь	
Информация о государственных закупках РБ – http://gias.by	
<i>ЭТП РБ</i>	<i>Операторы ЭТП РБ</i>
https://www.goszakupki.by	ИРУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен»
https://www.zakupki.butb.by	ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа»
Российская Федерация	
Информация о государственных закупках РФ – http://www.zakupki.gov.ru	
<i>ЭТП РФ</i>	<i>Операторы ЭТП РФ</i>
http://www.sberbank-ast.ru/	ЗАО «Сбербанк-АСТ»
http://roseltorg.ru/	ОАО «Единая электронная торговая площадка»
http://www.rts-tender.ru/	ООО «РТС-тендер»
http://www.etp-ets.ru	АО «Электронные торговые системы»
https://etp.zakazrf.ru	Агентство по госзаказу Республики Татарстан
https://gz.lot-online.ru/	АО «Российский аукционный дом»
https://www.tektorg.ru/	АО «ТЭК – Торг»
http://etp.gpb.ru/	ООО «Электронная торговая площадка ГПБ»
Республика Казахстан	
Информация о государственных закупках Республики Казахстан, единый веб-портал для осуществления государственных закупок – https://www.goszakup.gov.kz	
Республика Армения	
Информация о государственных закупках Республики Армении http://www.armeps.am	
Кыргызская Республика	
Официальный портал государственных закупок Кыргызской Республики: https://zakupki.gov.kg	

Следует отметить, что наиболее развитой функциональностью и информативностью отличаются веб-ресурсы России и Казахстана, что объясняется многолетним практическим опытом проведения в России закупок в электронном формате, а также успешной реализацией программы Республики Казахстан по формированию в стране электронного правительства. По сравнению с этими веб-ресурсами ГИАС Беларуси значительно проигрывает по аналитичности и наглядности, так как, например, отсутствует экспресс-информация по размещенным госзакупкам, полученной экономии, рейтинги участников-победителей проведенных процедур, сводные сведения о соотношении применяемых в закупках видов процедур, сравнительный анализ активности ЭТП [2]. Однако для решения поставленных перед ГИАС задач в перспективе планируется дальнейшее развитие официального сайта, а именно:

- создание аналитической отчетности с помощью автоматизированных средств ГИАС;
- обеспечение регулятивных, правоохранительных и контролирующих органов государственного управления средствами контроля и мониторинга действий заказчика по расходованию бюджетных средств на всех стадиях проведения процедур государственных закупок, начиная от планирования потребности в товарах (работах, услугах) и заканчивая исполнением договора [3].

Новый информационный портал госзакупок Беларуси призван соответствовать в полной мере уровню требований Договора ЕАЭС к подобного рода информационным ресурсам прокьюремента, а его функционирование должно способствовать построению и дальнейшему развитию цифрового пространства экономических торговых отношений ЕАЭС.

2. Перераспределение функциональной нагрузки официального сайта и ЭТП.

После проведенных реформ две официальные ЭТП Беларуси остались совершенно равноправны между собой и равнозначны по выполняемым задачам. Заказчик вправе выбирать любую из них в каждом случае госзакупки. Однако по новому законодательству о госзакупках ЭТП стали основным функциональным полем деятельности госзаказчика на всех этапах закупочных процедур. Поэтому от удобств интерфейса функционала, предоставляемого оператором той или иной ЭТП, стала зависеть эффективность и оперативность действий заказчика при проведении закупочных процедур.

3. Перевод этапа заключения договора на закупку в электронный формат.

Значимой новацией реформ в системе прокьюремета Беларуси стало обязательное требование заключения договора на закупку в электронном формате. Механизм подписания договора в виде электронного документа реализован на ЭТП путем поочередного двухстороннего подписания заказчиком и участником-победителем своими электронно-цифровыми подписями окончательного варианта файла-договора с полностью заполненными реквизитами договаривающихся сторон.

Надо отметить, что подписание договора ЭЦП и его электронный формат – это основное положение электронизации прокьюремета, которое изначально было предусмотрено еще в межправительственном Соглашении о госзакупках стран-членов ЕАЭС 2011 года. Запоздавшая реализация этого механизма в Беларуси наконец-то вывела госзакупки страны на уровень, соответствующий современным стандартам торгово-экономического пространства ЕАЭС. Электронный способ заключения договоров по госзакупкам определенно отвечает требованиям цифровизации экономики и способствует расширению географии поставщиков.

4. Снижение доли несостоявшихся процедур государственных закупок путем гарантированного резервирования Казначейством выделенных на закупку бюджетных средств.

Главной задачей прокьюремета всех стран является не только контроль над рациональным расходованием бюджетных средств, но и такая организация своевременного удовлетворения потребностей госзаказчиков (например, больниц, школ, дошкольных учреждений), чтобы их нормальное функционирование было обеспечено своевременными поставками и не страдало из-за несостоявшихся закупок. По данным МАРТ в стране наблюдается значительная доля несостоявшихся процедур – около 65%, что в свою очередь обуславливает рост количества закупок из одного источника [4].

Для снижения доли несостоявшихся процедур в новом законодательстве введен ряд мер, связанных с привлечением участников к закупкам за бюджетные средства. Одну из причин низкого интереса поставщиков к госзакупкам можно связать с нестабильным финансированием бюджетников и правом госзаказчика отменить процедуру на любом этапе по причине отсутствия денежных средств. Эту ситуацию решено исключать гарантированным выделением денег из бюджета на процедуру госзакупки уже на этапе ее планирования. Механизм подтверждения казначейством финансирования процедуры, заявленной в строке плана госзаказчика, начал работать в Беларуси уже в апреле 2020 года. Такая мера призвана повысить доверие потенциальных участников к финансовой стабильности заказчиков, уменьшить количество несостоявшихся процедур и, как следствие, привести также к снижению количества закупок из одного источника.

Привлечение информационной Автоматизированной системы финансовых расчетов государственного казначейства Министерства финансов Республики Беларусь к процессу госзакупок несомненно способствует развитию цифровизации прокьюремета Беларуси.

Кроме того, функционал подтверждения строки плана закупок казначейством стал начальным этапом на пути к реализации идеи полной информационной прозрачности и контроля над всей цепочкой госзакупки, то есть, начиная от строки плана с годовой потребностью в предмете закупки до заключения договора на его приобретение. Завершающим этапом должна стать реализация возможности привязки заказчиком к планируемой закупке документов поставки, подтверждающих ее завершение.

На основе анализа проделанных реформ и внедренных новаций в сфере госзакупок Республики Беларусь можно обозначить основные тенденции в развитии прокьюремета Беларуси:

- значительное расширение применения цифровых технологий в процессе проведения госзакупок;
- систематизация подхода к контролю и проверке правомерности совершаемых госзаказчиками действий;
- аккумуляция всех сведений о проводимых в Беларуси госзакупках в ГИАС – едином государственном интернет-портале для этих целей;
- реализация комплексного информационного сопровождения госзакупок и взаимодействия информационных систем различных государственных структур.

Таким образом, осуществляемое реформирование и цифровизация системы прокьюремета в Республике Беларусь способствуют оптимизации закупочных бизнес-процессов в стране и, в свою очередь, позволяют гармонично взаимодействовать со странами-партнерами в сфере торговых отношений в условиях евразийской экономической интеграции.

Литература

1. О государственных закупках товаров (работ, услуг) : Закон Респ. Беларусь от 13 июля 2012 г. № 419-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 17 июля 2018 г. № 136-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=N11800136&p1=1>. – Дата доступа: 22.10.2020.

2. Аверина, И.Н. Об информатизации прокьюремета в Беларуси в условиях Евразийской экономической интеграции / И.Н. Аверина, Е.Н. Рубанова // Проблемы и перспективы евразийской экономической интеграции: сб. ст. из материалов Евразийского научного форума 24 ноября 2016 г. / Общ. научн. ред. М.Ю. Спириной. – СПб.: МИЭП при МПА ЕврАзЭС, 2016. – Часть I. – С. 23-31.

3. О порядке создания и функционирования государственной информационно-аналитической системы управления государственными закупками : пост. Сов. Мин. Респ. Беларусь, 27 ноя. 2019 г., № 812 // Нац. правовой Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21900812&p1=1>. – Дата доступа: 10.11.2020.

4. Что изменится в системе государственных закупок [Электронный ресурс] : Материалы онлайн-конференции 15 августа 2018 г., Минск. – Режим доступа: <https://www.belta.by/-onlineconference/view/chto-izmenitsja-v-sisteme-gosudarstvennyh-zakupok-1067/> . Дата доступа: 30.10.2020.

Л.И. Архипова

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
Минск, Республика Беларусь

L.I. Arkhipova

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus

AGILE-МАРКЕТИНГ В ЦИФРОВОМ БИЗНЕСЕ

AGILE-MARKETING IN DIGITAL BUSINESS

В статье изучается проблема возможности применения agile-методологии в управлении маркетингом. Рассматривается сущность понятия agile-маркетинга, а также анализируются проекты маркетинга, которые соответствуют принципам agile в цифровом бизнесе.

In article the problem of possibility of application of agile-methodology in management of marketing is studied. The essence of concept of agile-marketing is considered, and also projects of marketing which correspond to principles agile in digital business are analyzed.

Цифровая динамика бизнеса определяется скоростью, адаптивностью, масштабируемостью, неразрывностью и точностью информационных процессов, обеспечивающих и поддержи-

вающих интернет-маркетинг. Для того чтобы стратегии интернет-маркетинга приносили отдачу в заданные контролируемые периоды, маркетинговые/рекламные мероприятия должны быть не одноразовыми акциями, а стратегически выверенными решениями, которые базируются на данных. Рассмотрим целесообразность использования в этих условиях гибких (agile) технологий и правомерность выделения в маркетинге такой категории как «agile-маркетинг».

Agile возник в 2001 году в среде разработчиков программного обеспечения как ответ на необходимость сократить время вывода продукта на рынок, а также потребность заказчиков в информации о ходе разработки и том прогрессе, который подтверждает, что продукт требуемого качества и в согласованные сроки выйдет на рынок. Кроме того, заказчики были не удовлетворены тем, что не всегда конечный результат длительного проекта соответствовал их ожиданиям, что провоцировало конфликтные ситуации и вызывало недоверие к разработчику. На этой почве и появился agile-подход, который рекомендовал создать новую платформу для взаимодействия «заказчик-разработчик», упростить коммуникацию и сделать более прозрачным и понятным заказчику процесс разработки продукта. Ключевые идеи Agile-манифеста, разработанные IT-специалистами и представленные как способы разработки программного обеспечения, формулируются следующим образом [1]:

- Люди и взаимодействия важнее процессов и инструментов.
- Работающий продукт важнее исчерпывающей документации.
- Сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта.
- Готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану.

Agile-методология, построенная на данных принципах, давно вышла за пределы IT-индустрии. На базе принципов agile получили дальнейшее развитие такие методы, как Scrum и Lean, которые также вышли за пределы разработки и производства. Scrum представляет собой методологию командной разработки, в основе которой лежит «спринт» – промежуток времени от одной до нескольких недель, по окончании которого должна быть получена минимально работоспособная версия продукта (MVP) или его инкремент, которые могут быть протестированы и представлены заказчику. Каждый спринт сопровождается совместным с заказчиком обсуждением (review – что сделано) и оценкой ретроспективы (как сделано). Все процессы и процедуры рассматриваются с фокусом на Lean-технологии, предполагающую непрерывные улучшения и оптимизацию процессов создания ценности путем устранения временных и материальных потерь, а также стандартизации процессов.

Концепция с доказательствами необходимости применения такого подхода в маркетинге представлена Скоттом Бринкером в его книге «Agile-маркетинг. Хакерские практики для эффективного бизнеса». В книге представлен разработанный автором манифест agile-маркетинга, основными принципами которого являются [2]:

- Многочисленные небольшие эксперименты важнее нескольких крупных активностей.
- Тестирование и данные важнее мнений и условностей.
- Мелкие аудитории пользователей важнее обезличенных массовых рынков.
- Вовлеченность и прозрачность важнее официальной риторики.

Рассмотрим более подробно, какой смысл вкладывается в понятие «agile-маркетинг».

Agile-маркетинг – это метод гибкого планирования маркетинговых стратегий, который заключается в отказе от классических долгосрочных планов по развитию и расходованию маркетингового бюджета в пользу коротких итераций и возможности вносить изменения в стратегию в любой момент времени [3].

Agile-маркетинг – это гибкий маркетинг, в котором рабочие процессы состоят из мелких задач и экспериментов. Гибкий маркетинг немедленно реагирует на рыночные условия и улучшает клиентский опыт по всем каналам. Конечная цель – вовлечение пользователей [4].

Agile-маркетинг – это процесс динамического изменения стратегии продвижения бизнеса [5].

Определения, представленные в источниках [2-5], подчеркивают, что agile-маркетинг не противоречит методологии agile и даже усиливает потребность в итерационном подходе при решении задач маркетинга.

Почему agile-подход легко адаптируется и рекомендуется к применению в электронном маркетинге? В электронном маркетинге можно выделить два основных направления проектной деятельности:

первое – связано с внедрением современных программных решений (ПО), обеспечивающих и поддерживающих электронный маркетинг;

второе – поиск идей и разработка новых рыночных продуктов, включая кастомизированные.

К первой *группе проектов* маркетинга можно отнести внедрение цифровых технологий на базе BigData и MachineLearning, достаточно широко применяемые в практике и web-аналитике маркетинга:

1) Алгоритмический маркетинг: обеспечивает автоматизацию маркетинговых процессов на базе алгоритмов, способных анализировать данные с применением технологий машинного обучения, выбирать и реализовывать оптимальные решения в соответствии с поставленной целью. Основные области маркетинга, требующие принятия микропрограммных решений – целевые акции и рекламные объявления, поиск, рекомендации, динамическое ценообразование, оптимизация ассортимента, др.

2) Programmatic-реклама: автоматизированные платформы и алгоритмы искусственного интеллекта, которые принимают решения о показе рекламного сообщения через торги в режиме реального времени (RTB –аукцион).

3) CRM-маркетинг: эффективная модель взаимодействия с клиентами (Customer Relationship Management), реализуется путем цифровизации и автоматизации процессов взаимодействия с потенциальными клиентами, этапов продаж и др.

Каждое из перечисленных направлений представляет собой маркетинговый проект, который использует определенные алгоритмы, процедуры и инструменты. Благодаря ИТ-решениям перечисленные проекты выполняются автоматически (полностью или частично) и накапливают массивы данных о точках касания, пользовательском опыте, рынках, каналах привлечения, трафике, конкурентах, ценах и др. Оценка результативности описанных маркетинговых проектов осуществляется путем мониторинга многочисленных метрик и KPI, что позволяет оперативно принимать решения по выбранным стратегиям.

Технические возможности цифровых сервисов, используемых в различных проектах, позволяют запускать автостратегии, быстро оценивать результаты для дальнейшей корректировки настроек по целям (например, в Яндекс Директи или Google Ads).

Ко второй *группе проектов* можно отнести блок маркетинговой ответственности по поиску идей, разработке и выводу на рынок новых продуктов. Наиболее популярной моделью разработки является каскадное управление проектами (waterfall), которое подразумевает последовательный переход с одного этапа на другой только после завершения предыдущего.

Приняв во внимание факт наличия *элементов проектного управления* в маркетинге, можно допустить возможность применения в нем современных *agile*-технологий.

Исходя из анализа сущности понятия «*agile*-маркетинга» также легко подтвердить, что принципы маркетинга абсолютно совместимы с *agile*-принципами и могут быть реализованы как на базе *agile*, так и с помощью традиционного подхода управления проектами.

Учитывая особенности и пути развития электронного маркетинга, постулаты *agile*-маркетинга можно интерпретировать следующим образом:

Данные и аналитика имеют приоритет над устоявшимися мнениями и интуитивными решениями. Этот принцип предполагает непрерывное исследование (рынка, клиентов, продуктов), измерение результатов, тестирование гипотез, внедрение решений.

Сотрудничество и ориентация на удовлетворение потребности клиентов. Этот принцип консолидирует усилия и фокусирует всех сотрудников организации на создание ценности для клиентов и формирование потоков дохода.

Гибкое планирование с возможностью внесения изменений имеет приоритет над утвержденными планами маркетинга. Это дает возможность учитывать результаты текущих исследований и анализа обратной связи для своевременной оценки новых гипотез и внесения изменений в планы маркетинга, включая перераспределение бюджетов.

Итеративность в разработке и реализации проектов, включая разработку новых продуктов/услуг, имеет приоритет над глобальными решениями. Краткосрочное тестирование гипотез должно поддерживать глобальные исследования, чтобы своевременно вносить изменения в долгосрочные проекты.

Промоутеры agile-подхода в маркетинге считают, что самое ценное в нем – это результат, полученный за счет высокой скорости выполнения проектов, а также инновационных идей, возникающих в ходе мотивированной командной работы.

Многоканальность маркетинга, непредсказуемые потоки запросов, минимальные сроки для принятия решений, ограниченность бюджетов – определяют динамику и сложность среды, формируя неопределенность. Это и есть условия, которые создают необходимость применения agile-подхода и его инструментария в маркетинге.

Agile-подход подразумевает выполнение незначительных действий, которые достаточно быстро влияют на результат. Здесь нет необходимости в долгосрочном планировании бюджетов и выстраивании длительных маркетинговых кампаний. Внимание фокусируется на конкретных задачах, которые дают ожидаемый результат, то есть решают либо проблемы маркетинга, либо проблемы клиентов. Например, совершенно разными будут решения компании, когда они сталкиваются с такими альтернативами, как:

- выбор и внедрение ПО для сквозной бизнес- и web-аналитики (проекты по развитию внутренних бизнес-процессов);
- выбор каскадного или agile-метода разработки нового продукта (проекты по формированию бизнес портфеля).

Ориентация на взаимодействие с клиентами и командная работа позволяют:

- добиваться результатов при минимальных затратах, используя сервисы по оптимизации бизнес-процессов маркетинга и продаж;
- изменять цели и стратегии маркетинговых/рекламных кампаний, используя алгоритмы и сервисы доступных программных средств;
- оперативно решать проблемы взаимодействия внутри организации за счет формирования межфункционального взаимодействия.

Можно выделить и некоторые *недостатки* исследуемого подхода для проектов маркетинга, связанных с разработкой и выводом на рынок новых продуктов:

- бесконечные изменения проекта могут привести к тому, что он не дойдет до завершения в установленные сроки;
- ресурсы проекта не всегда позволяют привлечь специалистов с требуемыми компетенциями и способностями к самоорганизации;
- сложность оценки конечной стоимости проекта из-за внесения изменений в ходе реализации проектов.

Что касается реализации проектов интернет-маркетинга, которые связаны с цифровизацией и автоматизацией бизнес-процессов, то здесь недостатки практически отсутствуют. Для таких проектов можно отметить, что agile-подход:

- оптимизирует бизнес-процессы, повышая не только уровень производительности, но и усиливая внимание к потребностям клиентов;
- повышает мотивированность сотрудников благодаря возможности самостоятельного планирования и принятия решений, а также ответственности за конечный результат;
- обеспечивает скорость, адаптивность и масштабирование успешных решений, основой которых являются данные и цифровые сервисы.

Agile не дает четких инструкций с описанными процедурами. Это концепция, которую каждая компания должна адаптировать под условия своего рынка, бизнеса и предлагаемой ценности для клиента. Наиболее эффективной является комбинация методов и процедур с применением сервисов и готовых технических решений, связанных с обработкой и анализом данных. Agile подходит для компаний, которые решают комплексные бизнес-задачи с недостаточно четкими ожидаемыми результатами, нерегламентированными процессами, то есть компаний, работающих в высоко конкурентной среде, где необходимо оперативно принимать решения и внедрять изменения, исходя из потребностей рынка.

Agile-маркетинг можно рассматривать в качестве прикладного применения agile-подхода к стратегии и тактике маркетинга, чтобы удовлетворять потребности клиентов и решать их проблемы за счет своевременного предоставления ценности.

Литература

1. Основопологающие принципы Agile-манифеста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agilemanifesto.org/iso/ru/principles.html>. – Дата доступа: 02.11.2020.
2. Бринкер, С. «Agile-маркетинг. Хакерские практики для эффективного бизнеса» / Скотт Бринкер. М.: – Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 272с.
3. Agile-маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Agile-маркетинг>. – Дата доступа: 14.10.2020.
4. Agile-маркетинг: 10 принципов гибкого планирования в бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geniusmarketing.me/lab/agile-marketing-10-principov/>. – Дата доступа: 12.10.2020.
5. Agile маркетинг: 6 вещей, которые нужно о нем знать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yagla.ru/blog/marketing/agile-marketing-6-veshchey-kotorye-nuzhno-o-nem-znat/>. – Дата доступа: 30.10.2020.

В.В. Белая, Д.А. Фролова

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь

Viktoria Viacheslavovna, Daria Alexandrovna

Belarussian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Republic of Belarus

РЕБРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УЛУЧШЕНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

REBRANDING AS A TOOL TO IMPROVE THE ORGANIZATION'S IMAGE

В данной работе рассматривается такой процесс, как ребрендинг организации. В статье раскрываются причины и ошибки при проведении ребрендинга, положительные аспекты его проведения, а также этапы, которые должна пройти компания перед его проведением. Автором представлены как успешные, так и неудачные примеры проведения ребрендинга.

The article focuses on the rebranding of an organization, the challenges that entails, the common mistakes usually made, as well as the step by step process to do so effectively. Both successful and unsuccessful case-studies will be presented.

Компании быстро растут вместе с технологическим прогрессом, и их успех должен поддерживаться бренд-менеджментом. В этой статье анализируются процесс корпоративного ребрендинга путем изменения названия, логотипа, слогана и других элементов бренда, влияющих на восприятие бренда целевой аудиторией.

Ребрендинг организации – это мероприятия, которые позволяют кардинально и полностью изменить бренд или его отдельные компоненты, такие как название, торговая марка, визуальное сопровождение бренда, его идеологические моменты и так далее [1].

Современный мир с невероятной скоростью меняется, все вокруг быстро устаревает. Поэтому предпринимателям следует пристально следить за изменениями рынка и адаптировать свой бизнес под них. Даже если сегодня бренд популярен, уже завтра он может утратить свою актуальность и позиции на рынке. И когда наступает этот момент, тогда возникает вопрос о проведении ребрендинга.

Среди основных причины проведения ребрендинга мы выделяем:

- бренд перестал выполнять задачи, возложенные на него;
- появление более интересного бренда-конкурента;
- идеологические изменения внутри компании;
- изменение потребностей и желаний целевой аудитории;
- изменение рыночных условий;
- переход на новый ценовой сегмент.

Ребрендинг – это достаточно трудоемкая и разноплановая стратегия, которая направлена на изменение бренда и его позиционирования.

При проведении ребрендинга компании нацелены на:

- повышения осведомленности клиентов/потенциальных клиентов, партнеров/потенциальных партнеров о бренде;
- повышения узнаваемости бренда;
- повышения лояльности к бренду;
- расширения целевой аудитории.

При проведении ребрендинга важно представлять взаимосвязи между такими показателями: новый имидж/образ и ассоциация с брендом, новый имидж и воспринимаемое качество, новый имидж и лояльность к бренду, репозиционирование и ассоциация с брендом, репозиционирование и воспринимаемое качество, репозиционирование и лояльность к бренду. Наглядно взаимосвязь между показателями представлена на рисунке 1.

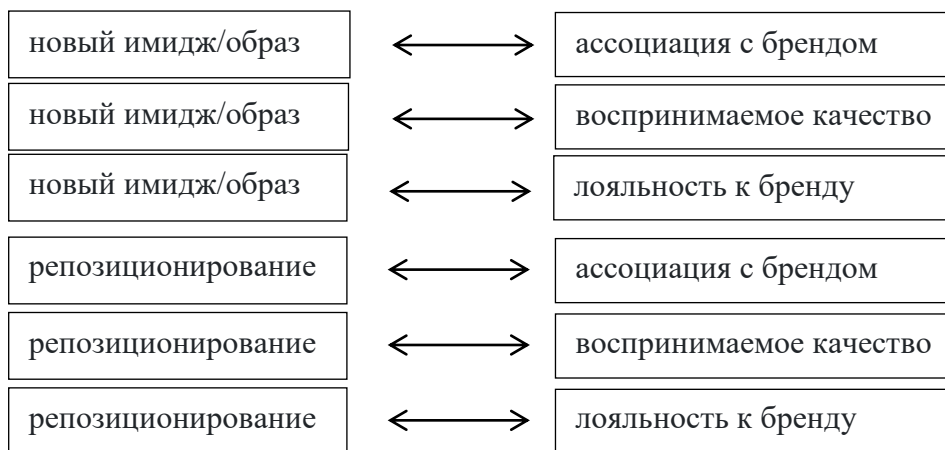


Рисунок 1 – Взаимосвязь между показателями при проведении ребрендинга

Для проведения ребрендинга компания должна стать стратегически зрелой, чтобы не снизить восприятие целевой аудитории (ассоциация с брендом, воспринимаемое качество, лояльность к бренду).

Этап зрелости (третий этап) продукта наступает только после прохождения этапов поиска решения и развития продукта (когда продукт вышел на рынок, и у него есть первые клиенты, его нужно растить, чтобы достичь Product Market Fit).

Третий этап – зрелость продукта – наступает, когда возможности роста на рынке иссякли, и компания достигла Maximum Possible Product. В дальнейшем основной стратегической задачей является оптимизация. Этапы стратегической зрелости компании представлены на рисунке 2.

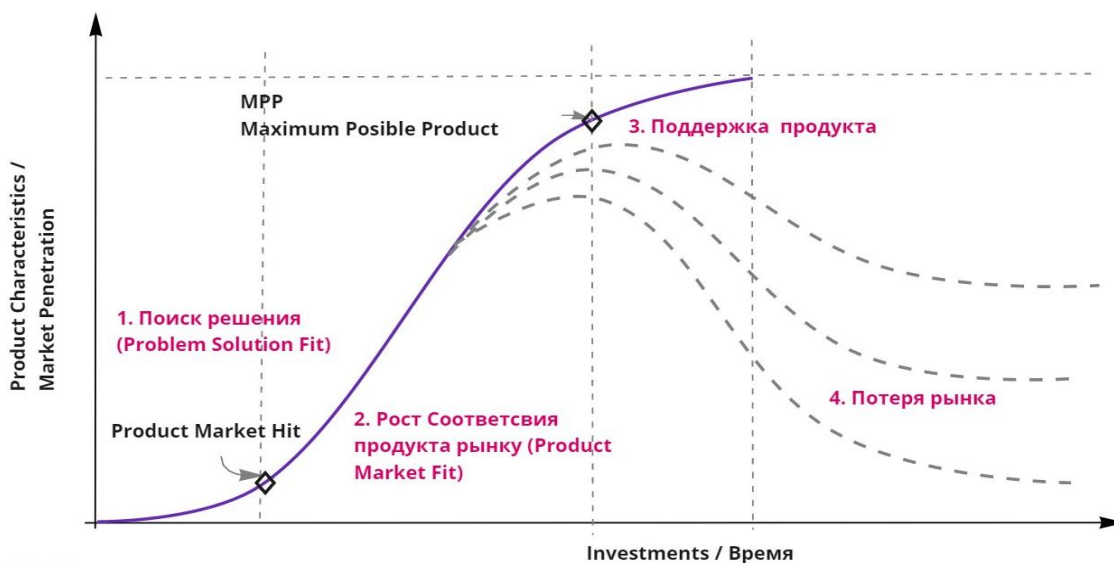


Рисунок 2 – Этапы стратегической зрелости компании [3]

Мероприятия по ребрендингу используются для того чтобы привести бренд в гармонию с текущим положением бизнеса, его концепцией, стратегическими и тактическими планами и обратную реакцию целевой аудиторией. Ребрендинг подразумевает под собой полное осмысление и пересмотр всех составляющих бренда.

Успешно проведенный ребрендинг позволит компании выйти на новый уровень развития, увеличить лояльность существующих клиентов и привлечь внимание новых. В зависимости от направления изменений можно выделить следующие виды ребрендинга:

– редизайн (рестайлинг) – это частичное изменение уже существующего стиля и дизайна (Рисунок 3);



Рисунок 3 – Применение редизайна на примере компании «Ford Motor»

– репозиционирование – это изменение каких-либо характеристик бренда и создание новых, а также закрепление их в сознании у целевой аудитории;

– ренейминг – это изменение названия. Цель ренейминга – уточнение или смена связанных с брендом ассоциаций (Рисунок 4)[4].



Рисунок 4 – Применение ренейминга на примере компании «Ботаника»

В процессе ребрендинга нужно учитывать важный момент – старый бренд не ликвидируется и также не происходит создание нового, а происходит именно эволюция бренда. В этом процессе некоторые прежние составляющие бренда сохраняются и включаются в обновленный бренд. Для того чтобы выяснить, насколько сильным изменениям должен подвергнуться бренд в процессе ребрендинга, нужно провести комплекс исследований (текущее положение компании и бизнеса в целом, тренды на рынке), которые будут способствовать выявлению количественной роли положительных факторов существующего бренда и позволят раскрыть глубинную сущность положительных свойств бренда со стороны потребителя. Вместе с тем производится доскональное изучение рыночной ниши (конкурентное окружение, мотивация потребителя, особенности продуктовых свойств), в которой будет позиционироваться обновленный бренд. На основании полученной информации разрабатываются варианты нового позиционирования бренда, которые, в свою очередь, проходят тестирование на актуальность.

Для тестирования на актуальность подбираются потенциальные потребители бренда, например, покупатели продукции из товарной категории, фокус-группы, проводятся глубинные интервью с респондентами.

Наиболее оптимальный вариант позиционирования является основой для последующей разработки всех коммуникативных элементов бренда. Все обновленные элементы бренда (фирменный стиль, логотип, слоган, визуальное сопровождение бренда) проходят обязательное тестирование на восприятие целевой аудиторией. В тестировании на восприятие

обновленного бренда анализу и интерпретации подвергаются реакции людей, то, как они воспринимают, чувствуют, оценивают внешний вид, слоган, новый логотип и так далее.

Если все условия соблюдены, а дизайнеры и креаторы качественно выполнили свою работу, то измененный бренд будет восприниматься потребителями как эволюционный процесс жизненного цикла бренда. А эффект ребрендинга окажет положительный эффект на бизнес: принесет рост объема продаж и расширение целевой аудитории.

Положительные аспекты ребрендинга:

- сохранение давно известной на рынке торговой марки;
- проведение массированной рекламной кампании;
- затраты на ребрендинг значительно ниже, чем на запуск новой марки.

Среди наиболее частых ошибок при проведении ребрендинга, хотелось бы выделить:

- логотип и название компании не соответствуют современным тенденциям развития рынка;
- отсутствует четкий план действий в процессе ребрендинга;
- проведение ребрендинга не обоснованно.

Для лучшего понимания некачественно проведенного ребрендинга приведем несколько примеров.

В ежедневной газете USA Today старый логотип изображал быстро разлетающиеся по всему миру новости. Однако после ребрендинга вместо прежнего динамичного логотипа компания предложила статичный голубой круг (Рисунок 5). Не самое захватывающее зрелище, особенно для СМИ.



Рисунок 5 – Некачественно проведенный ребрендинг на примере USA Today

Американская компания PepsiCo (создатель безалкогольного газированного напитка Pepsi) за создание нового логотипа заплатила \$1млн. Наклон белой линии в красно-синем круге означал стремление компании развиваться и двигаться дальше, однако большинство потребителей приняли новый логотип за человека с избыточным весом (Рисунок 6). Это была очень странная и отталкивающая ассоциация для целевой аудитории.



Рисунок 6 – Некачественно проведенный ребрендинг на примере PepsiCo

Среди примеров успешно проведенного ребрендинга можно выделить американского производителя мотоциклов Harley-Davidson Motor Company. Трудно поверить, но компания, которая сейчас производит самые популярные мотоциклы, в 1985 году чуть не обанкротилась. Компанию не приняли на рынке, потому как она производила некачественные средства передвижения. Но компания не растерялась и запустила редизайн и начала работать над качеством (Рисунок 7). Новому логотипу и цветовой гамме удалось привлечь молодую аудиторию, и теперь 40% клиентов компании – это люди в возрасте 18-34 лет.



Рисунок 7 – Успешно проведенный ребрендинг на примере Harley-Davidson Motor Company

Еще хороший пример ребрендинг логотипа сотового оператора Beeline (торговая марка компании ВымпелКом). Раньше оператор услуг мобильной связи визуально был представлен скромной надписью с пчелкой на синем фоне. В 2005 году компания запустила ребрендинг и выпустила новый логотип – желто-черные полосы. Логотип стал более ярким, многозначным и, что самое главное, запоминающимся (Рисунок 8).



Рисунок 8 – Успешно проведенный ребрендинг на примере «Билайн»

Подводя итог, можно сказать, что чем больше насыщен рынок, тем более важным становится брендинговая составляющая. Ребрендинг является очень серьезным «оружием» в руках опытного маркетолога. И если использовать это «оружие» в правильном русле, то можно добиться невероятных результатов. Ребрендинг может поднять компанию на новый уровень и дать возможность потребителю посмотреть на бренд свежим взглядом. Работу можно выполнить на отлично, но риск ошибиться тоже велик.

Литература

1. Ребрендинг фирменного стиля компании, сайта, логотипа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://caspa.ru/article/rebranding-kompanii/>.
2. Ребрендинг – примеры и определение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://apollo-8.ru/rebranding-primery-i-opredelenie/>
3. Этапы стратегической зрелости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/494402/>.
4. Маркетинговые технологии, применяемые при ребрендинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aqm.by/stati/marketing-prodazhi/marketingovye-tekhnologii-primenyayemye-pri-rebrandinge/>.

Е.Г. Беликова

УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

E.G. Belikova

UO "Brest State Technical university",
Brest, Republic of Belarus

ЗНАЧИМОСТЬ ОЦЕНКИ АУДИТОРСКОГО РИСКА ПО НЕЗАВИСИМОЙ ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИКВИДИРУЕМОГО ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

SSIGNIFICANCE OF THE AUDIT RISK ASSESSMENT BASED ON AN INDEPENDENT ASSESSMENT OF THE ACTIVITY OF THE LIQUIDATED LEGAL ENTITY

Аннотация. В настоящее время сложившиеся подходы к оценке аудиторского риска требуют усовершенствования по причине недостаточности теоретических разработок с последующим переносом их на практическую деятельность.

Summary. Currently, the existing approaches to the assessment of audit risk require improvement due to the lack of theoretical developments with their subsequent transfer to practice.

Краткая аннотация на русском и на английском языке.

Аудитор, давая заключение о достоверности представленной информации при проведении аудита по независимой оценке деятельности ликвидируемого юридического лица, берет на себя ответственность – аудиторский риск. А так как человеку свойственно ошибаться, есть риск, что аудитор может не обнаружить ошибки как случайные, арифметические, так и сознательные (тенденциозные) искажения информации, которые направлены на маскировку хищений, мошенничества, умышленного искажения информации с целью быстрой ликвидации юридического лица.

Ложь для людей становится неизбежной социально-психологической составляющей профессиональной деятельности. Она окружает нас со всех сторон и практически неискоренима. Кроме того, человек способен оправдать себя, даже если он совершает нечестные поступки. Поэтому все попытки исключить ложь из нашей жизни утопичны, психологически ошибочны и безнадежны. В связи с этим в профессиональной деятельности аудитора возникают риски.

В настоящее время не существует методик по оценке рисков при проведении аудита по независимой оценке деятельности клиента при его ликвидации. Это обусловлено высокой вариативностью ситуаций и уникальностью каждого экономического субъекта. Отсюда и высокий уровень вовлечения субъективных оценок аудитора, что также увеличивает его профессиональный риск. Следовательно, актуальным становится развитие методики оценки аудиторского риска, а также соответствующих инструментов, позволяющих следовать требованиям международных стандартов аудита, национальных правил и внутрифирменных стандартов при проведении аудита, по независимой оценке, деятельности ликвидируемого юридического лица.

Рост значимости категории риска в аудите в первую очередь связан с усложнением хозяйственных процессов проверяемых лиц, с неопределенностью среды, в которой они осуществляют свою деятельность, а также с нестабильностью современной экономики. Манипуляции с годовой финансовой отчетностью, ложное банкротство не стали редкостью во время экономических кризисов и в преддверии неплатежеспособности субъектов хозяйствования. В силу правовых и профессиональных норм и правил аудитор обязан предотвращать и раскрывать экономические преступления. Более того, современный этап аудита называют риск ориентированным, что подтверждает важность выявления и оценки риска. Все это определяет категорию риска как основополагающую в аудите. Сосредоточив аудиторскую работу в областях, где риски выше, можно сократить время на проведение аудита и повысить качество проделанной работы.

Аудиторский риск может возникать и по причине ограниченного времени на проведение проверки. Так как проверка проводится не всегда сплошным, а чаще всего выборочным методом из-за временного ограничения, присутствует риск. Аудитору необходимо получить понимание систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля за короткий промежуток времени, для того чтобы разработать эффективный подход к проведению аудита, заранее все спрогнозировать. Аудитор должен использовать свое профессиональное суждение, чтобы оценить аудиторский риск и разработать аудиторские процедуры, необходимые для снижения данного риска до возможно низкого уровня.

Процедура проведения аудиторской проверки при ликвидации юридических лиц имеет свои специфические особенности. Для того чтобы аудитору получить понимание по всем вопросам, которые выносятся в заключение по такой проверке и достаточные для планирования аудита и разработки эффективного подхода к ее проведению, необходимо все заранее спрогнозировать. Грамотно спланированная проверка – гарантия успеха. Следует отметить, что планирование аудита – трудоемкий процесс, который может занимать до 40% общего времени, затраченного на проверку.

На этапе планирования прежде всего необходимо выявить и произвести оценку аудиторского риска, так как степень риска напрямую связана с качеством аудиторской

проверки. Сосредоточив аудиторскую работу в областях, где риски выше, можно сократить время на проведение аудита и повысить качество проделанной работы.

С этой целью аудиторы разрабатывают рабочие документы, которые необходимы на этапе планирования проверки по независимой оценке деятельности юридического лица при его ликвидации, а именно: анкета о независимости участника аудиторской проверки; анкета-заявка на проведение аудиторской проверки, стратегия и план аудита, анкеты, необходимые для оценки аудиторского риска. Все эти рабочие документы составляются с учетом специфики проведения проверки и учитывают ее особенности. Следует отметить, что указанные рабочие документы необходимы для проведения в последующем контроля качества проделанной работы и являются гарантом надежности аудиторской фирмы.

В национальных правилах Республики Беларусь, касающихся классификации и оценки аудиторских рисков, методика оценки рисков при проведении аудита по независимой оценке деятельности юридических лиц при их ликвидации (прекращении деятельности) не определена. Отсутствие четкости при построении системы рисков и соответствующих методик оценки приводит к нарушению методологии аудита даже при соблюдении формальности процесса. При этом любая оценка рисков аудиторской организацией является результатом профессионального суждения, а не точным измерением величины этих рисков.

Классическая модель аудиторского риска и предложенные на ее основе способы оценки риска не всегда эффективны, так как не учитывают особенности такой проверки. Так, на практике была произведена оценка аудиторского риска на основе классической модели аудиторского риска шестью способами. Результаты показали, что все способы оценки дали одинаковые результаты – аудиторский риск был оценен как средний. Однако отдельные способы потребовали качественной подготовки для их расчета. Эта задача была разрешена при помощи MS Excel, а также VBA.

Суть разработанной мною методики оценки риска при проведении аудита ликвидируемых юридических лиц состоит в идентификации факторов и далее их приоритизации. Аудиторский риск следует оценить с точки зрения двух компонентов: воздействия и вероятности возникновения событий, условий. Воздействие определяет финансовые и нефинансовые последствия как для аудиторской организации, так и самого ликвидируемого лица, а вероятность определяет шансы возникновения риска. Оба этих вида оценки являются важными компонентами аудиторского риска. Однако следует отметить, что оценка воздействия событий, условий на аудиторский риск более сложна, чем оценка вероятности их возникновения. Считаю, что для снижения общего аудиторского риска целесообразно максимально глубоко исследовать факторы, влияющие на его компоненты, и далее производить их комплексную оценку.

Разработка внутрифирменного стандарта «Оценка рисков при проведении аудита ликвидируемых предприятий» играет значительную роль в системе защиты интересов аудиторской организации при проведении аудита. Также он, как инструмент реализации методики управления аудиторским риском, является одним из направлений по минимизации аудиторского риска и повышению качества аудиторской проверки.

Внутрифирменные стандарты аудиторской организации представляют собой документы, регламентирующие единые правила к осуществлению и оформлению аудиторских услуг. Эти документы, как правило, должны быть приняты и утверждены аудиторской фирмой, чтобы обеспечить эффективную практическую работу и ее адекватность принятым национальным правилам (стандартам) аудиторской деятельности.

Общие принципы разработки внутренних стандартов (правил) аудита и осуществления внутреннего контроля за выполнением их требований определены постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 16.01.2003 N 4 (ред. от 12.12.2019) «Об утверждении национальных правил аудиторской деятельности» (вместе с «Национальными правилами аудиторской деятельности «Требования, предъявляемые к внутренним правилам аудиторской деятельности аудиторской организации или аудитора – индивидуального предпринимателя»). Аудиторская организация, исходя из основных принципов аудиторской деятельности и общепризнанных этических норм, формирует пакет правил, отражающих ее собственный подход к оказанию аудиторских услуг и составлению по их результатам итоговых документов.

Внутрифирменные стандарты, разработанные аудиторской организацией, являются частью системы внутреннего контроля качества работы аудиторов, что является на сегодня актуальным в связи с тем, что с 01.01.2020 г. на территории Республики Беларусь вводятся МСА. Так международным стандартом по контролю качества № 1 и МСА 220 «Контроль качества аудита финансовой отчетности» предполагает обязательную дополнительную проверку контроля качества, которая проводится квалифицированным специалистом (вторым партнером), не являющимся членом команды для листинговых компаний и для других компаний, определенных аудитором. На территории Республики Беларусь единые требования к внутренним правилам аудиторской деятельности, в соответствии с которыми аудиторские организации осуществляют внутренний контроль качества работы аудиторов при оказании услуг, регламентируется постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 23.01.2002 N 8 (ред. от 18.10.2019) "Об утверждении национальных правил аудиторской деятельности" (вместе с "Национальными правилами аудиторской деятельности "Внутренняя оценка качества работы аудиторов", "Национальными правилами аудиторской деятельности "Аудиторское заключение по специальному аудиторскому заданию").

Внутрифирменные стандарты являются детализацией национальных и международных стандартов аудита и доводят требования общепринятых стандартов аудита до уровня конкретных методик и конкретных указаний исполнителям, осуществляющим аудиторскую проверку, и поэтому они обеспечивают высокое качество аудиторской проверки, содействуют внедрению в аудиторскую практику новых научных достижений, помогают пользователям понимать процесс проверки и создают общественный имидж профессии.

Наличие системы внутрифирменных стандартов является необходимым показателем профессионализма деятельности аудиторской организации, так как создают дополнительный уровень гарантии результатов аудиторской проверки. Следует отметить, что внутрифирменные стандарты являются индивидуальными, авторскими в каждой аудиторской организации, их содержание – закрытая информация. Так, аудиторская организация имеет право заключить со своими работниками соглашение, обязывающее их не разглашать установленные правила и не использовать их вне деятельности данной аудиторской организации.

Разработанный внутрифирменный стандарт «Оценка рисков при проведении аудита ликвидируемых предприятий» может использоваться как часть организационно-распорядительной документации и системы внутреннего контроля для аудиторских фирм. Он позволит осуществить проверку качества деятельности аудиторской организации и более точно определить степень ответственности аудитора.

Литература

1. Аудит: основы аудита, технология и методика проведения аудиторских проверок: учебное пособие. – М.: ИД «ФОРУМ», 2017. – 560 с.
2. Жарылгасова, Б.Т. Российские и международные стандарты аудиторской деятельности / Б.Т. Жарылгасова. – М.: КноРус, 2017. – 400 с.
3. Лившиц, И. Методы оценки и аудитов в интегрированных системах менеджмента / Илья Лившиц. – М.: LAP LambertAcademicPublishing, 2017. – 116 с.
4. Нитецкий, В.В. Финансовый анализ в аудите. Теория и практика / В.В. Нитецкий, А.А. Гаврилов. – М.: Дело, 2015. – 256 с.
5. Практический аудит: пособие / В.Н. Лемеш [и др.]. – Минск :Амалфея, 2017. – 388 с.
6. Серебрякова, Т.Ю. Теория и методология сквозного внутреннего контроля / Т.Ю. Серебрякова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 328 с.
7. Суворова, С.П. Международные стандарты аудита / С.П. Суворова, Н.В. Парушина, Е. В. Галкина. – М.: Инфра-М, Форум, 2017. – 320 с.
8. Терехов, А.А. Аудит. Законодательные решения / А.А. Терехов. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 608 с.
9. Шешукова, Т.Г. Аудит. Теория и практика применения международных стандартов: моногр. / Т.Г. Шешукова, М.А. Городилов. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 184 с.
10. Бычкова, С.М. Аудиторская деятельность. Теория и практика / С.М. Бычкова. – М.: Лань, 2016. – 320 с.

Г.Г. Бережная, Э.М. Сонова

Брестский государственный технический университет, Брест, Беларусь

G.G. Berezhnaya, E.M. Sonova

Brest State Technical University, Brest, Belarus

БРЕНДИНГ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ

BRANDING OF THE BREST REGION AS A TOOL TO ATTRACT TOURISTS

Работа описывает путь для создания бренда города и различные способы продвижения этого бренда. Также в работе проанализирован туризм в брестском регионе.

The work describes the way to create a city brand and different ways to promote this brand. The work also analyzes tourism in the Brest region.

Каждый год туризм развивается, придумываются новые направления для туризма. Рассмотрев график, изображенный на рисунке 1, можно увидеть, что каждый год число туристических поездок увеличивается.

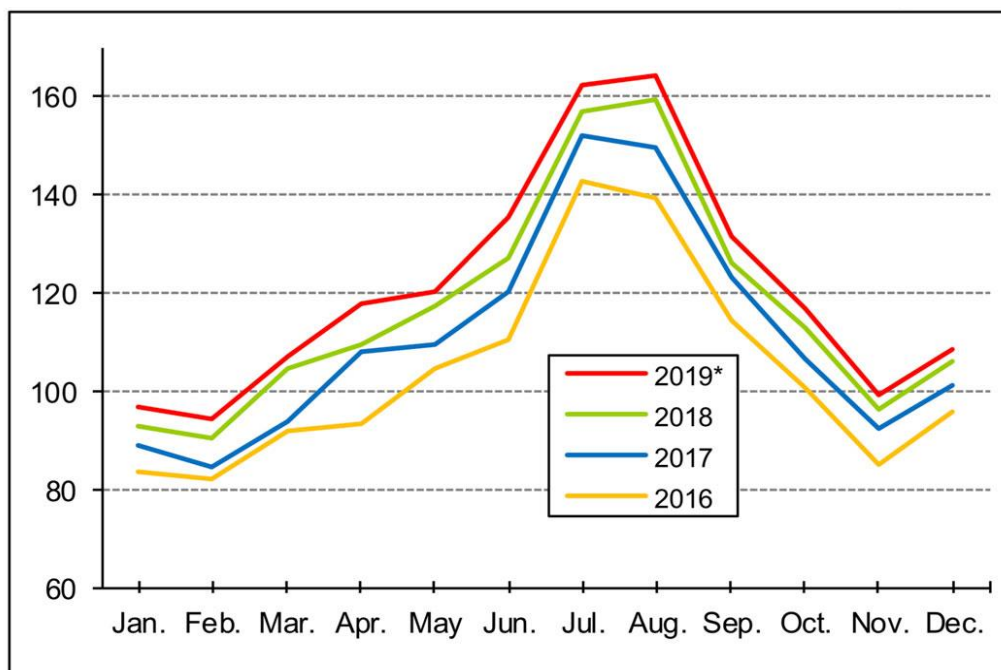


Рисунок 1 – Международные туристические поездки за 2019 год – изменение по месяцам, в мире (млн. чел.) [1]

Даже несмотря на пандемию в 2020 году многие страны всё равно предлагают различные туристические направления, привлекая туристов. Конечно, в 2020 году число туристических поездок сократилось примерно на 58% [2], но вскоре данная отрасль начнет восстанавливаться.

Туризм – довольно привлекательная отрасль для любого государства, все потому что туристы хорошо пополняют городскую казну. По данным Всемирной туристской организации, в 2019 году общее количество заграничных поездок с целью туризма составило 1,5 млрд прибытий. Например, туризм в Греции принёс государству в 2019 более 21,2 % ВВП. А в Чехии доля туризма в ВВП в 2019 году составила 7,8%.

В Беларуси этот показатель значительно меньше, он составил 2,2% [3]. Но при грамотном развитии туризма, доля может значительно увеличиться. Всё потому что

туристам наскучили всем известные направления, где ходят толпы туристов. Такой вывод можно сделать, проанализировав сотни отзывов туристов на специализированных сайтах.

Туристам становятся менее интересны места, где есть море и горы, они хотят чего-то нового, например, посетить города, где есть много достопримечательностей. Становится популярными экскурсионные программы, особенно экотуризм, и также всё ещё пользуется популярностью гастрономический туризм.

На рисунке 2 можно увидеть, что большинство туристов предпочитают путешествия по Европе. Месторасположение Беларуси выгодное не только для торговли, но и, конечно же, для путешествий. Рядом и граница с ЕС, и с Россией, и с Украиной.

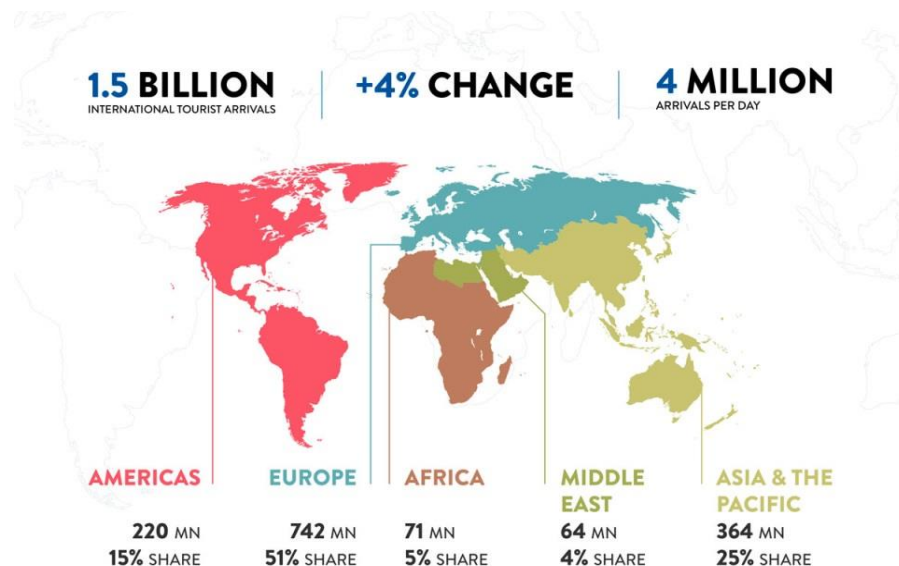


Рисунок 2 – Обзор международных туристических поездок за 2019 год

В Беларуси есть всё, чтобы привлечь европейского туриста. К сожалению, за границей мало знают о Беларуси, общаясь с иностранцами можно услышать, что они знают лишь про картофель, трактор и А.Г. Лукашенко. А люди из стран подальше часто интересуются, где она находится и является ли Беларусь вообще страной, ведь часто нашу страну иностранцы относят к части России. Но, к сожалению, мало кто знает про исторические места, красивую природу, национальную кухню и возможности для активного отдыха, которые заинтересуют даже самых бывалых путешественников.

В данной работе рассмотрена не вся Республика в целом, а отдельный Брестский регион. Брестская область находится на юго-западе Беларуси. Удобное месторасположение позволяет граничить с Польшей и Украиной. Огромным плюсом является наличие безвизового режима в Беларуси.

Если подвести мини-итог, то в Беларуси, а в Брестской области в частности, почти всё хорошо, нет моря и гор, но есть музеи, достопримечательность, красивые и аккуратные улицы, национальный парк, агроусадьбы, кафе и рестораны, хорошие отели – всё, что сегодня привлекает туристов.

Но почему же тогда туризм в данном регионе так слабо развит? Одним из основных факторов является слабая узнаваемость на мировом рынке. Например, смотря телевизор, сидя в интернете и даже на баннерах своего города, можно увидеть рекламу таких стран, как Грузия, Турция, Албания. Эти страны уже давно позиционируют свои страны и многие города как бренд.

Так почему же Брестскому региону не стать брендом и не начать продвигать себя за рубежом, привлекая к себе туристов. Ведь на самом деле Бресту есть чем завлечь потенциального туриста.

Создание бренда города – это сложная работа, и это не просто создать логотип и придумать слоган. Создание бренда города – это комплекс различных мероприятий, направленные на формирование определенного имиджа города.

Создание бренда города позволит:

- привлечь инвесторов, что поможет увеличить поток инвестиций;
- увеличить влияние города внутри страны и за ее пределами;
- привлечь туристов и увеличить доходы казны;
- повысить качество жизни местных жителей.

Что необходимо для создания бренда города:

1. Анализ и определение ЦА. (Необходимо найти и понять, кто же эти потенциальные туристы, как они выглядят и чем занимаются. И именно благодаря этим первоначальным исследованиям становятся понятны дальнейшие действия и на кого необходимо ориентироваться)

2. Определение/разработка идеи и концепции. (Необходимо найти отличительную черту данного города. Например, это могут быть интересные культурные или национальные традиции города)

3. Разработка бренда (При разработке бренда можно создать логотип, слоган, разработать собственный шрифт, а также создать красивую и интересную видеовизитку. Конечно, многие страны и города могут существовать и без какой-либо айдентики, но чаще всего это города с большими достижениями или богатой историей, которую школьники проходят во всём мире. Как однажды сказал Жозе Торрес, один из ведущих мировых экспертов по брендингу территорий: «Бренд – это те ассоциации, которые возникают, когда я говорю о Москве или о Нью-Йорке» [4].)

Создание бренда безусловно важно, но без продвижения – это лишь пустые траты и усилия.

Программа продвижения города – это конкретный маркетинговый инструмент, который поможет привлечь потребителей (население региона, туристы, инвесторы, предприниматели, государственные органы власти, некоммерческие организации).

Одной из наиболее эффективных и распространенных программ продвижения будет создание плана PR-кампании:

1. Создание инстаграма. (Инстаграм сегодня – это хорошая площадка для продвижения бренда. Для работы на данной площадке необходимо несколько креативных и квалифицированных специалистов. Регулярно необходимо работать с аккаунтом, выкладывать контент, запускать таргетированную рекламу, привлекая тем самым потенциальных туристов, рассказывая не просто о данном регионе, а уже бренде)

2. Создание «Ютуба», «Тик тока» (Две популярнейшие площадки сегодня для видео. На этих площадках можно создавать видео о Брестском регионе, красивые кадры природы и города, рассказы о интересных людях, местах и многое другое. В «Тик-Токе» находится более молодая аудитория, в основном, подростки и дети. Кроме вышперечисленного контента их можно привлекать развлекательными роликами, запустить «Тик Ток» – проект, связанный с городом, мини-сериал про город и местных жителей или смешные видео. Благодаря аудитории младше 18 можно привлечь большой поток туристов. Родители часто прислушиваются к детям, выбирая направление для туризма. А также экскурсионные поездки от школы, ведь дети выбирают, куда хотят поехать.)

3. Работа с лидерами мнений. (Не стоит недооценивать инфлюенсеров, они стали популярны сегодня. Люди доверяют блогерам, на которых они подписаны. Одни из вариантов продвижения – это пригласить несколько «лидеров мнений» в регион, устроив им экскурсию, развлечения и проживание. После положительной рекламы осведомленность и лояльность потенциальных туристов увеличится в несколько раз, а многие и вовсе запланируют свой отдых.)

4. Разработка сайта города. (Сайт поможет туристу узнать больше о городе, понять, что бы он хотел посетить и почему ему стоит посетить этот регион. Очень важно, чтобы сайт был с удобным интерфейсом, чтобы там можно было без особых усилий узнать все: от въезда в страну, достопримечательностях и различных экскурсиях, где можно поесть или поспать.)

5. Реклама на ТВ. (В Европе немного рекламы на телевидении, но она есть. Рекламу города можно запустить, например, на канале Euronews, там периодически можно увидеть

рекламу различных стран. Также ещё одним вариантом рекламы на ТВ может быть реклама на русском телевидении. Такая реклама поможет привлечь не только русских, но и русскоговорящих европейцев, ведь многие из них смотрят русское ТВ. Одним из главных плюсов для них будет отсутствие языкового барьера.)

6. Наружная реклама. (Наружная реклама в других странах и городах также может быть эффективна. Это можно увидеть на примере Грузии или Турции. Красивые, как у Грузии, баннеры так и манили посетить данную страну. И во многих случаях подобные рекламы сыграли большую роль при планировании туристических поездок.)

Для продвижения Брестского региона как места для туризма необходимо провести большую работу. Правильно найти и оценить свою ЦА, разработать идею города, изменить отношение к данному региону, а кого-то и вовсе познакомить с ним.

У Беларуси, а именно Бреста и Брестской области в целом есть что показать туристу. Осталось лишь сделать правильное позиционирование и продвижение.

Литература

1. TOHOLOGY: Tourism&Hospitality [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/unwto-statistika-mezhdunarodnyh-poezdok>. – Дата доступа: 19.11.2020.

2. Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism // World Tourism Organisation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-oninternational-tourism>. – Дата доступа: 19.11.2020.

3. Белорусское телеграфное агенство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/dolja-turizma-v-vvp-belarusi-mozhet-vyrasti-v-pjat-raz-makej-353468-2019/>. – Дата доступа: 19.11.2020.

4. TheVillage – городской интернет-сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.the-village.ru/city/situation/123549-breeding-gorodov-intervyu>. – Дата доступа: 19.11.2020.

УДК 658.7.01

Г.Г. Бережная
БрГТУ, Брест, РБ

G.G. Berezhnaya
BrSTU, Brest, RB

ПОНЯТИЕ И СПЕЦИФИКА ЦЕПИ ПОСТАВОК В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

CONCEPT AND SPECIFICITY OF A SUPPLY CHAIN IN CONSTRUCTION

В статье представлены понятие и концепция цепи поставок в строительстве. Основная цель заключалась в выявлении специфики цепи поставок в строительстве, которые могут препятствовать укреплению межорганизационных связей и интеграции в цепи поставок.

The article presents the concept and concept of the supply chain in construction. The main goal was to identify the specifics of the supply chain in construction, which may impede the strengthening of interorganizational ties and integration in the supply chain.

Введение. Управление цепями поставок (SCM) стало предметом интереса исследователей в последние десятилетия. Многие экономисты указывают на то, что в основе концепции управления цепью поставок лежит убеждение, что несогласованность, индивидуальные действия предприятий по рационализации потоков ведут к снижению ее устойчивости, и как следствие, снижению эффективности. Таким образом, возникает необходимость в совместных действиях компаний, составляющих цепь поставок. Значительную роль в управлении цепями поставок играет формирование правильных отношений между ее звеньями, так как неправильные отношения между любыми двумя звеньями в цепи поставок могут иметь катастрофические последствия для всех ее участников. Управление цепью поставок как

«активное управление – это деятельность, осуществляемая в рамках цепи поставок, и отношения между ее отдельными звеньями с целью максимизации ценности для клиента и достижения устойчивого конкурентного преимущества [3]. Сравнимое определение дано Д. Шехтером, Г. Сандером, которые определяют управление цепью поставок как «комплексное управление сетью партнеров и отношениями между ними» [2]. Так же некоторые зарубежные авторы представляют управление цепью поставок как «управление отношениями с поставщиками и потребителями, с целью создания как можно большей добавленной стоимости для конечного потребителя, минимизируя возможные затраты на управление всей цепью поставок».

Строительный сектор воспринимается как сектор, где реализация концепции управления цепью поставок идет медленнее, чем в других секторах экономики, являясь более сложной и значимой.

Особенности цепи поставок в строительстве. В англоязычной литературе они обозначены как отдельный термин – Construction Supply Chain (CSC). По мнению Д. В. Курочкина, цепь поставок в строительстве охватывает все строительные процессы, начиная с запроса заказчика, проектирования, строительства, технического обслуживания, ремонта и возможного сноса объекта, а также все организации, участвующие в реализации этих процессов, т.е. заказчик / инвестор, проектировщик, генеральный подрядчик, субподрядчики, поставщики [1]. Термин, который лучше всего описывает отношения между упомянутыми объектами – это «сеть».

Сеть, состоящая из нескольких цепей поставок. В такой сети можно различать вертикальные и горизонтальные связи. Вертикальные связи – это отношения возникающие в вертикальной плоскости (отношения поставщик-получатель), горизонтальная плоскость – горизонтальные связи. Примером горизонтальных связей являются консорциумы. Консорциум – это два или более трейдера, которые заключают договор на совместную реализацию проекта. Сохраняя свою независимость, они несут солидарную ответственность за выполнение контракта. Например, небольшие компании объединяют свои силы (знания, ресурсы), чтобы выступить генеральным подрядчиком.

Можно разделить цепь поставок в строительстве на три основные подсистемы:

- производство строительных элементов и материалов;
- структура – подсистема, непосредственно связанная с производством конечного продукта;
- проектирование, определяющее функцию, форму и структуру строительного объекта или конструкции, подробные чертежи и спецификации для каждой части.

Исходя из этого деления можно сформулировать виды цепей поставок в строительстве:

- цепь поставок с преобладанием поставщика – производители строительных материалов подписывают с клиентом договор на производство сборных элементов и сборку строительных конструкций;
- цепь поставок с преобладанием подрядчика – инвестор подписывает договор с подрядчиком, который отвечает за проект и на этапе строительства, и на этапе проектирования;
- цепь поставок с преобладанием проектировщиков – проектировщик имеет право выбирать материалы, поставщиков и подрядчиков и несет ответственность перед клиентом за структуру и функционирование цепи поставки и конечный результат проекта.

Концепция управления цепью поставок в строительстве. Управление цепочкой поставок в строительстве (Construction Supply Chain Management, CSCM) определяют как управление потоком информации, материалов и денежных средств вообще, так и этапами разработки строительного проекта. Так же управление цепью поставок в строительстве – это согласование межорганизационных решений, принимаемых в рамках цепи поставок, интеграция ключевых бизнес-процессов и участников цепи поставок – все это ложится в основу философии управления, выходящей за рамки традиционной деятельности внутри организации и объединяющей партнеров для достижения общей цели, заключающейся в повышении операционной эффективности. Сущность управления цепью поставок раскрывается через описание ключевых бизнес-процессов, включая управление проектами,

управление обслуживанием клиентов, управление взаимоотношениями с поставщиками, выполнение заказов, управление спросом, управление производительностью строительства, экологический менеджмент, а также исследования и разработки (рис. 1).

Поток информации				
Требование	Проект	Строительство		Окончательный продукт
Заказчик / инвестор	Проектировщик	Поставщик I	Главный подрядчик	Клиент / инвестор
		Поставщик II	Субподрядчики	
Бизнес-процессы в цепи поставок	Управление проектом			
	Управление обслуживанием клиентов			
	Управление отношениями с поставщиками			
	Управление спросом			
	Выполнение заказа			
	Управление строительными работами			
	Экологический менеджмент			
	Исследования и разработки			

Рисунок 1 – Концепция CSCM

Целью управления цепью поставок в строительстве является увеличение добавленной стоимости всеми звеньями цепи к продукту, ожидаемому клиентом, благодаря повышению эффективности и результативности отдельных участников цепи поставок и цепи поставок в целом.

Существует четыре основных уровня управления цепью поставок в строительстве:

1. Концентрация на влиянии цепи поставок на деятельность, осуществляемую на строительной площадке. Главная цель – минимизировать стоимость и продолжительность работ на строительной площадке и обеспечение беспрепятственного потока материалов и рабочей силы на строительный объект. Этой цели можно достичь, сосредоточив внимание, прежде всего, на взаимоотношениях с крупными поставщиками. Такой подход используется главным образом главным подрядчиком.

2. Концентрация на самой цепи поставок, чтобы сократить расходы, особенно логистические. Такой подход может быть реализован в первую очередь всеми поставщиками материалов и комплектующих.

3. Концентрация на переносе деятельности со строительной площадки на более ранние этапы цепи поставок. Обоснованием этого подхода может быть готовность избежать сложных условий на строительной площадке, где многие виды деятельности должны выполняться параллельно. Целью является снижение стоимости и продолжительности работ на объекте. Подход может быть инициирован поставщиками и подрядчиками.

4. Комплексный подход к управлению цепью поставок и деятельностью на строительной площадке (деятельность на строительной площадке включается в цепь поставок). Подход может быть внедрен по инициативе заказчиков, поставщиков и подрядчиков.

Данные подходы к уровням управления могут быть использованы как отдельно, так и в комплексе по решению участников цепи поставок. По мнению автора, в большинстве случаев наибольшее влияние на потоки, материалы, информацию и денежные средства в цепях поставок строительства оказывает генеральный подрядчик. Очень часто именно он также оказывает наибольшее влияние на конфигурацию цепи поставок – выбор субподрядчиков и поставщиков, материалов и услуг. Поскольку генеральному подрядчику приходится полагаться на наемную рабочую силу и закупленные материалы, трудно найти решение, которое принесет пользу всем участникам цепи поставок и позволит процессу строительства идти в соответствии со сметой и графиком.

Вывод. Концепция управления цепью поставок подчеркивает необходимость: увеличения добавленной стоимости всех звеньев цепи к продукту, ожидаемому покупателем; интеграции и координации внутренних процессов предприятий и их взаимоотношений, а также необходимость выстраивания экономических отношений на основе доверия с целью достижения синергетического эффекта и как следствие конкурентного преимущества.

Концепция управления цепью поставок в строительстве, особенно в Республике Беларусь, однако не очень популярна. При этом реализация строительных вложений в большинстве случаев обусловлена их размерами и сложностью и требует участия и сотрудничества многих субъектов, так как до 90% строительных работ можно передать на субподряд. Поэтому сотрудничество в строительном секторе имеет важное значение, и, как было показано в статье, в связи со спецификой построения цепей поставок, построения межорганизационного доверия и достижения получаемых выгод интеграции в цепи поставок в строительстве особенно трудна.

Литература

1. Курочкин, Д.В. Логистика и управление цепями поставок : практическое пособие / Д.В. Курочкин. – Минск : Альфа-книга, 2016. – 783 с.
2. Шехтер, Д. Логистика. Искусство управления цепочками поставок : пер. с англ. / Д. Шехтер, Г. Сандер. – Москва : Претекст, 2008. - 230 с.
3. Щербаков, В.В. Логистика и управление цепями поставок: учебник / В.В. Щербаков [и др.]. – Москва: Юрайт, 2015. – 581 с.

УДК 658.528

А.А. Букач, Г.Г. Бережная
БрГТУ, Брест, РБ

A.A. Bukach, G.G. Berezhnaya
BSTU, Brest, RB

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ COVID-19

BUSINESS DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS IN THE CONTEXT OF COVID-19

В данной статье представлены понятие и концепция идеи развития предприятий в Instagram. Основная цель заключалась в поиске возможного решения выхода предприятий в online в условиях COVID-19.

This article presents the concepts of the business development on Instagram. The main goal was to find a possible solution for enterprises to go online in the context of COVID-19.

Весной 2020 года закрывались или фактически не работали некоторые развлекательные учреждения, предприятия, зоны общественного питания, что привело к уменьшению платежей в бюджет. Торговые центры в Республике Беларусь теряли до 70-80% выручки.

Марина Сидоренко, экономист Всемирного банка: «Экономика Беларуси испытывает негативное воздействие, вызванное сочетанием нескольких факторов: пандемия COVID-19, продолжающееся снижение деловой активности в странах – основных торговых партнерах и шок цен на мировых товарных рынках. Последствия для страны, как ожидается, будут временными, но тяжелыми – рецессия по итогам 2020 года неминуема».

Статистические опросы подтверждают происходящее падение по следующим отраслям:

- туризм и массовые мероприятия – 95-98%;
- медицинские услуги – до 90%;
- рестораны, кафе, игорные клубы – 50-80%;
- спортивные и частные образовательные учреждения – 40-60%;
- недвижимость, продажи авто и других товаров – 20%;

Аналитический центр компании «1С-Битрикс» тоже провел опрос белорусских компаний на тему «Как белорусский бизнес выживает во время второй волны пандемии?». Более половины компаний не были готовы ко второй волне пандемии COVID-19.

По результатам опроса 58,5% организаций не готовились к возможной второй волне пандемии.

При этом:

– 52,2% компаний полностью или частично переходят в online из-за второй волны COVID-19;

– 64,4% компаний планируют усилить направление online-продаж в связи со второй волной COVID-19.

Многие организации несут убытки с конца марта 2020 года. Некоторые предприятия, восприняли кризис как возможности и, чтобы не терять клиентов, использовали ремаркетинг.

SMM (Social Media Marketing) – это продвижение товаров и услуг в социальных сетях. Маркетинг в социальных сетях позволяет решать такие задачи как:

- PR;
- стимулирование продаж;
- брендинг, продвижение бренда;
- повышение узнаваемости, популяризация предприятия;
- торговля в социальных сетях;
- социальная поддержка маркетинговых мероприятий;
- информирование потребителей;
- более низкие затраты на рекламу, позволяющие получить наибольшую выгоду;
- кооперирование с конкурентными компаниями и брендами в рамках общей целевой аудитории;
- увеличение посещаемости интернет-ресурсов компании.

Общая аудитория социальных медиа в Беларуси за 2020 год составила – 3,8 миллиона человек в возрасте от 15 до 74 лет. Это аудитория следующих социальных сетей: youtube, vk.com, facebook, ok.ru instagram.com.

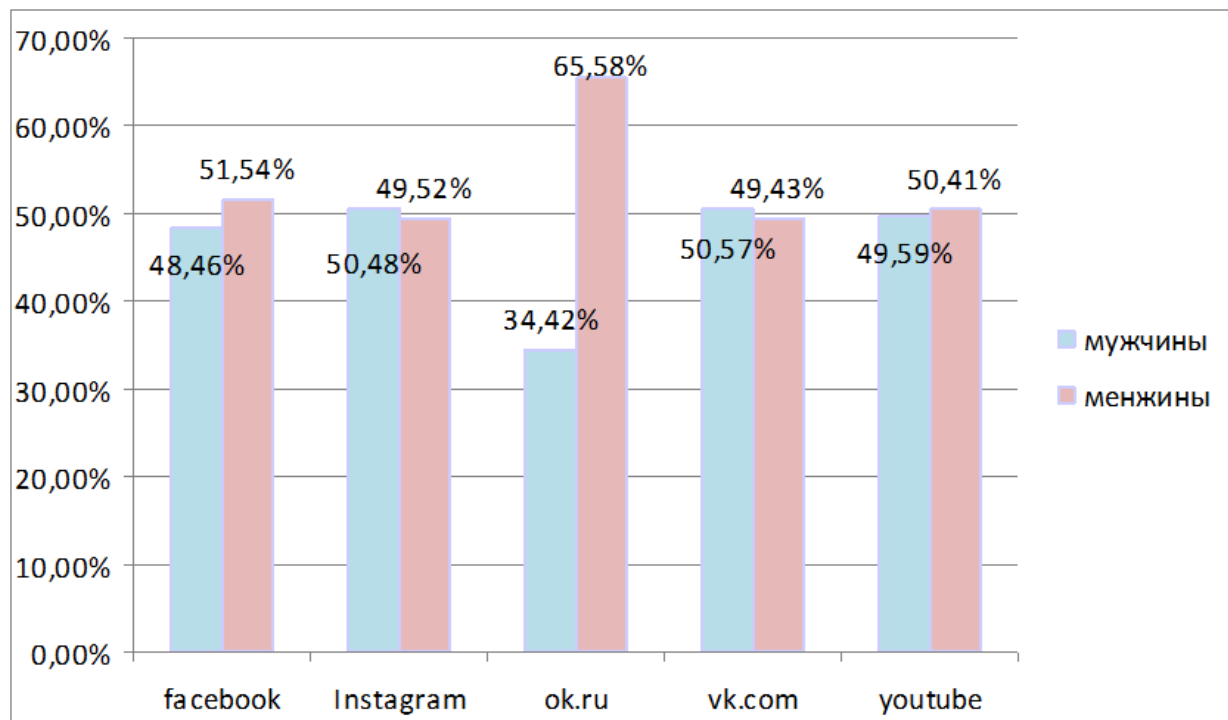


Рисунок 1 – Социальные медиа в Республике Беларусь за 2020 год (гендер)

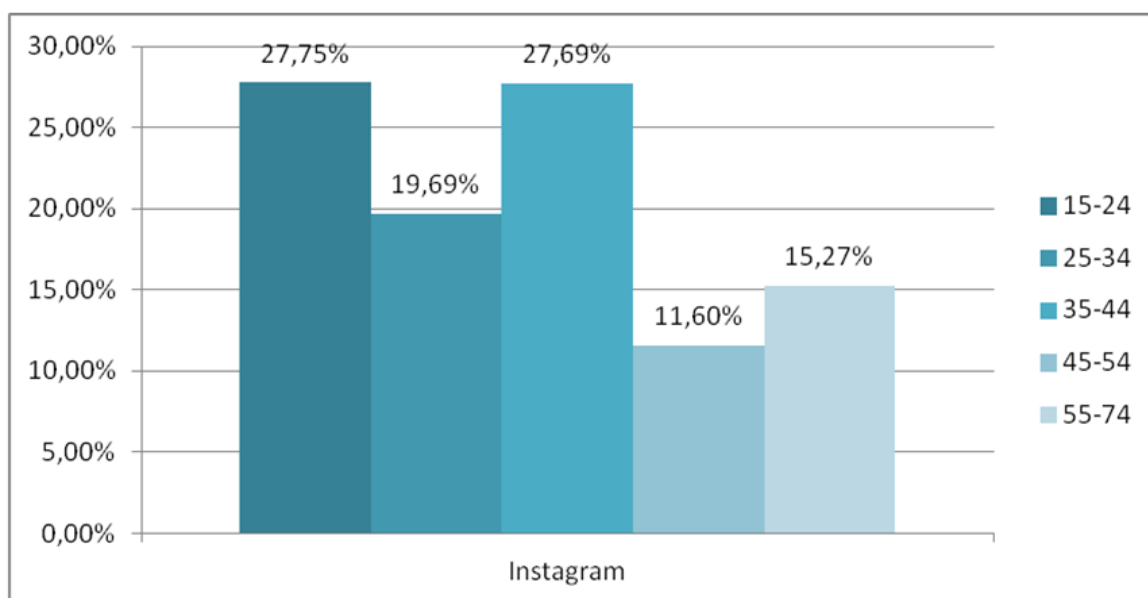


Рисунок 2 – Instagram в Республике Беларусь за 2020 год (возраст)

Можно сделать вывод, что количество белорусских пользователей в социальных сетях увеличивается. Один из основных пользователей Instagram – это платежеспособное население в возрасте от 35 до 44 лет.

В условиях мировой пандемии COVID-19 предприятия ищут новые возможности и более эффективные продвижения и рекламы, а также способы уменьшения издержек, поэтому продают свои услуги и товары потенциальным покупателям, используя социальные сети. Подход к онлайн-шопингу меняется. Люди, чтобы обезопасить себя, используют социальные сети не только для связи, но и для покупок и поисков новых брендов. Время, которое пользователи проводят в социальных сетях, только лишь в Instagram увеличилось на 40% за 2020 год.

Instagram является торговой площадкой для сотен и тысяч брендов как крупных, так и узконаправленных. Все продажи и коммуникации с клиентами проходят в online-режиме через аккаунты бренда. Instagram дал возможность предприятиям, которые работали только в оффлайн, перестроить бизнес и продажи.

Рестораны начали осуществлять доставку своих блюд на дом, спортивные компании выпустили свои курсы по тренировкам на дому, а также сделали скидки и заморозки на действующие абонементы.

Бьюти-индустрия продаёт для клиентов в социальных сетях бьюти-боксы, дает советы красоты, уроки по созданию причёсок и макияжей в домашних условиях. Так, например, бренд Polaris запустил свою рекламную кампанию со стайлерами для создания профессиональных укладок прямо дома, с пошаговой инструкцией от ряда блогеров.

Качественная и продуманная рекламная кампания является главным фактором для организации эффективных онлайн-продаж. Среди ключевых этапов рекламных компаний можно выделить: конструирование своей таргетированной рекламы и поиск новой аудитории, формирование ценностного и актуального предложения, запуск кампании через новые каналы продвижения, сотрудничество с блогерами и др.

Во время карантина Instagram-платформа помогла предприятиям. Наклейка «Поддержите малый бизнес» была создана Instagram, чтобы компании во время пандемии охватили новых клиентов и не теряли существующих (рисунок 3). Когда компанию упоминали в наклейке, она могла поделиться историей в своем Instagram-аккаунте, а также отправить сообщение пользователю, который упомянул данную компанию. Наклейка была доступна брендам и компаниям, чтобы они могли поддерживать друг друга и получать охваты за счет UGC-контента.

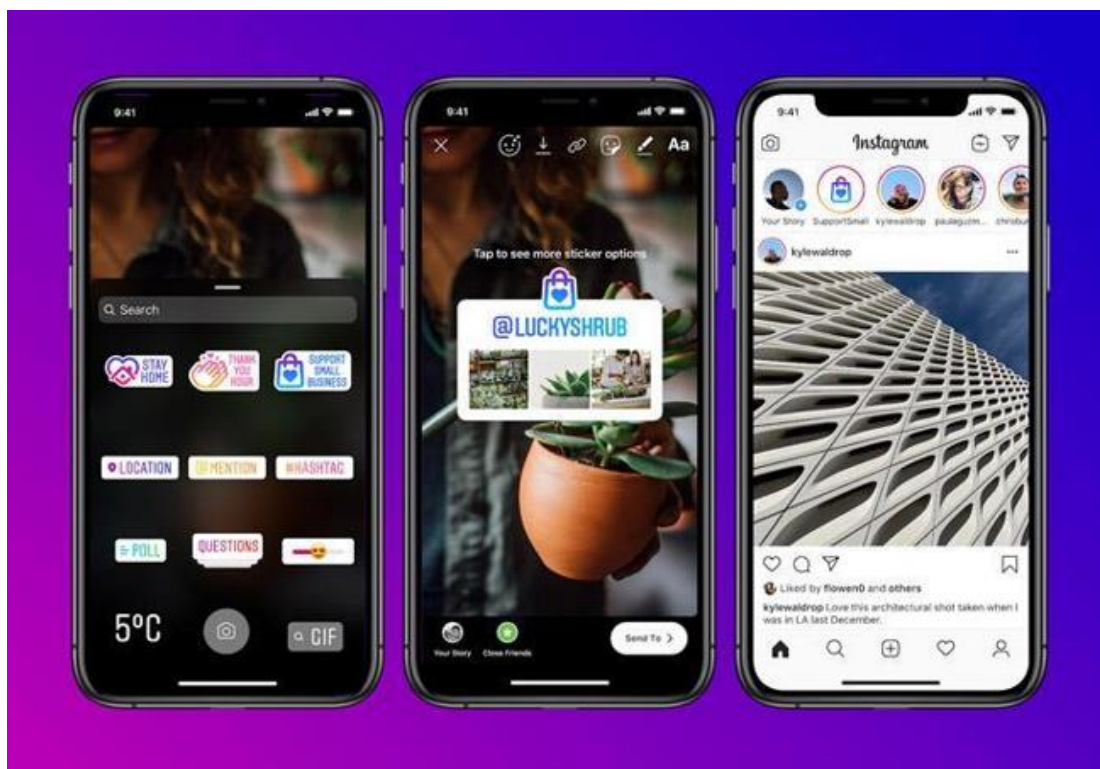


Рисунок 3 – Наклейка «Поддержите малый бизнес» в Instagram

Главная задача предпринимателей в данных условиях – оставаться конкурентоспособным среди конкурентов на рынке и зарекомендовать себя.

Инстадизайн, а именно визуальное оформление Instagram-аккаунта бренда, до 90% влияет на уровень продаж. Предприятиям необходимо грамотно оформить дизайн профиля, используя следующие правила:

1. Композиция. Цветовая стилистика, подбор референсов, обработка фотографий, создание личного бренда и единого стиля. Необходимо придерживаться визуальных пропорций и стиля.

2. Информативность. Важно доносить до целевой аудитории необходимую и полезную информацию, чтобы познакомить их с предприятием и сподвигнуть к покупке товаров и услуг.

3. Индивидуальность. Нахождение уникального торгового предложения поможет выделиться среди конкурентов и создать определенный имидж в глазах потребителей.

Важно разработать стратегию продвижения товаров и услуг с помощью маркетинговых инструментов Instagram-площадки. Наиболее эффективным по уровню достижения и перевыполнения KPIs является продвижение через таргетированную рекламу. Данная реклама отличается тем, что ее настраивают на конкретную аудиторию. Поиск целевой аудитории приводит интернет-продажи на более высокий уровень. Целевая аудитория больше взаимодействует с аккаунтом предприятия. Вовлеченность способствует увеличению имиджа, а уровень узнаваемости бренда имеет прямое влияние на продажи товаров и услуг.

Эффективное развитие личного бренда в Instagram обеспечит предприятие продажами целевой аудитории и повышение экономического уровня в условиях пандемии.

Литература

1. Опрос белорусских предприятий компанией «1С-Битрикс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ratingby.net.by/kak-belorusskiy-biznes-vyzhivaet-vo-vremya-vtoroy-volny-randemii-rezultaty-oprosa/>. – Дата доступа: 19.11.2020.

2. GemiusAudience Overnight [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://audience.gemius.com/en/research-results>. – Дата доступа: 19.11.2020.

С.А. Бунько
Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Республика Беларусь

S. Bunko
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

**ПУТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ОТХОДАМИ**

**WAYS OF ACHIEVING THE GOALS OF SUSTAINABLE
DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF BELARUS
IN THE FIELD OF WASTE MANAGEMENT**

В статье анализируются проблемы в сфере управления отходами. На основе опыта решения их в зарубежных странах даны рекомендации для Республики Беларусь.

The article analyzes the problems in the field of waste management. Based on the experience of solving them in foreign countries recommendations for the Republic of Belarus are given.

Необходимость развития систем обращения с отходами в современном мире является общепризнанной и рассматривается с двух точек зрения: экологической и экономической. Практические подходы, механизмы и инструменты реализации политики в данной сфере, которые существенно различаются в разных странах. Такие различия обусловлены целым рядом причин, среди которых выделяют общеэкономический уровень развития страны, развитость нормативно-правовой базы в этой области, различные подходы к сбору и утилизации мусора, длительность развития данных систем [1, 2].

Республика Беларусь в последние годы значительно усилила внимание к данной проблеме, включившись в процессы достижения целей устойчивого развития, в число которых входят и цели в области ответственного потребления и производства: к 2030 году добиться эффективного использования природных ресурсов; вдвое сократить среднедушевое общемировое количество пищевых отходов; к 2020 году добиться экологически рационального использования химических веществ и значительно сократить их попадание в окружающую среду; к 2030 году существенно уменьшить объем отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию [3]. В Беларуси в настоящее время заявлена цель добиться уровня использования отходов к 2020 году на уровне 25 %. Различия в подходах к сбору и утилизации, учету формирования отходов в различных странах приводят к затруднениям в сравнениях. И если во многих странах к твердым бытовым отходам относят только отходы, образующиеся в домашних хозяйствах, то для Республики Беларусь характерно выделение двух групп отходов в зависимости от источника их происхождения:

– образующиеся в результате экономической деятельности, направленной на обеспечение жизнедеятельности человека (коммунальные отходы производства);

– образующиеся в результате жизнедеятельности человека, не связанной с осуществлением экономической деятельности (коммунальные отходы потребления) [3].

Несмотря на вышеуказанные различия, бесспорным является тот факт, что количество отходов во всем мире растет, и Беларусь не является исключением. В 2019 году количество твердых коммунальных отходов на душу населения составляет 401,9 кг (рисунок 1) или 1,1 кг/чел. в день, что соответствует величине, характерной для стран Евросоюза (0,85–1,7 кг/чел. в день).

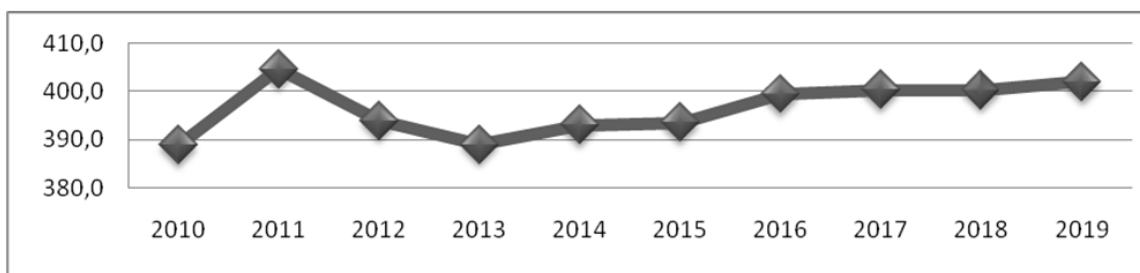


Рисунок 1 – Динамика формирования твердых коммунальных отходов на душу населения в Республике Беларусь, кг

Источник: собственная разработка на основе [3]

Заметим, что в Беларуси наблюдается постоянный рост среднедушевых отходов производства, их уровень с 2010 по 2019 год увеличился в 1,4 раза и составляет порядка 6460 кг/чел в год. С увеличением объемов отходов все более актуальной становится проблема их переработки. Помимо проблемы роста объемов отходов производства и потребления, остро стоит проблема отходов, которые невозможно или крайне затруднительно перерабатывать. Таким образом, в данной сфере перед государствами стоят две задачи: снижение количества вырабатываемых отходов и снижение доли неразлагаемых отходов и не подлежащих переработке. В данной статье сосредоточим внимание на второй составляющей, а именно, на механизмах и инструментах, способствующих снижению доли этих отходов.

Как нам представляется, эту проблему можно разделить на две составляющие:

- снижение количества неразлагаемых отходов и отходов, не поддающихся переработке;
 - снижение доли отходов, которые невозможно переработать из-за неправильного сбора.
- Рассмотрим их подробнее.

1. Снижение количества неразлагаемых отходов и отходов, не поддающихся переработке.

Одним из самых актуальных направлений решения данной проблемы в настоящее время является сокращение отходов полимерной упаковки и одноразовой посуды.

К настоящему времени уже накоплен некоторый опыт сокращения воздействия упаковки и ее отходов на окружающую среду в Евросоюзе, где решение о запрете производства и реализации на территории ЕС отдельных видов пластиковых изделий одноразового использования закреплено на законодательном уровне. Вместе с тем каждая страна Евросоюза имеет право использовать собственные инструменты для реализации данных целей. Например, в Чехии в ближайшее время планируется прекратить выпуск одноразовой пластмассовой посуды, ограничить применение пластиковой упаковки, ввести залог на одноразовые пластиковые бутылки, запрет на трубочки-соломинки для напитков и пластиковые крепления для воздушных шаров [5].

В целом анализ мер, используемых в странах Евросоюза для снижения объемов использования полиэтиленовых пакетов, позволил выделить следующие их виды:

- введение налога на бесплатное предоставление полиэтиленовых пакетов в магазинах;
- повышение цены полиэтиленовых пакетов;
- использование маркетинговых коммуникаций с целью распространения информации о вреде, который они наносят экологии и экологизации мышления населения в целом;
- полный запрет на использование полиэтиленовых пакетов.

Второе направление решения этой проблемы – замещение упаковки из неразлагаемых материалов и упаковки из материалов, не подлежащих переработке, другими видами упаковки, которую принято сейчас называть экоупаковкой. Такая упаковка либо подлежит вторичной переработке, либо быстро разлагается в природе.

Для производства экологичной посуды и упаковки в настоящее время используются различные материалы.

Во-первых, это натуральные материалы:

- древесина, лужга семечек, пшеничная солома, кокосовое волокно, сахарный тростник, бамбук, пальмовые листья.

– mushroom fiber – материал, растущий на мицелиуме (грибнице), разлагаемый, устойчивый к повреждениям, производство которого считается относительно простым.

Посуда и упаковка из таких материалов обладает прочностью, достаточной для транспортировки, утилизируется без вреда для окружающей среды, быстро разлагается в почве (от нескольких дней до 9 месяцев) на органические соединения, не выделяя вредных соединений и токсичных запахов.

Во-вторых, это биоразлагаемые пластики (полностью разлагаемых биопластиков на сегодняшний момент не существует), которые можно разделить на три группы:

– полимеры на биооснове (крахмал, полимолочная кислоты, целлюлоза и т. д.), которые получили название «компостируемые пластики»;

– традиционные полимеры с биоразлагающими добавками, ускоряющими процесс разложения в естественных условиях;

– пластики с оксобиоразлагаемыми добавками, где главным катализатором выступает кислород [6].

Современные биоразлагаемые пластики также достаточно быстро разлагаются в окружающей среде (около 6 месяцев), в результате чего образуются вода и углекислый газ. Однако следует учитывать, что они подвергаются разложению только при наличии специальных условий (наличие особого компоста, определенных условий температуры и влажности). В Европе такую упаковку утилизируют специальные компостирующие предприятия, где создаются все необходимые условия для ее разложения. Поступая на свалки вместе с прочими отходами эта упаковка, в отсутствие необходимой среды, разлагается значительно дольше. Так, исследования показывают, что за 350 дней не более 15% полиэтилена из оксопластика разлагается в почве до диоксида углерода и превращается в массу мелких пластиковых гранул, загрязняя окружающую среду микроскопическими частичками пластика, что признается сейчас очень опасным.

Для обеспечения снижения количества неразлагаемых отходов и отходов, не поддающихся переработке, в 2020 году в Беларуси принято постановление, в котором прописаны меры на 2020–2023 гг. по поэтапному снижению использования полимерной упаковки. Среди них хотелось бы отметить следующие:

– внедрение депозитной системы обращения потребительской упаковки;

– определение перечня одноразовой пластиковой посуды, использование и продажа которой будут запрещены в объектах общественного питания;

– стимулирование производства биоразлагаемой упаковки;

– применение новых видов компенсаций: так, на компенсацию смогут рассчитывать производители, использующие в производстве продукции, предназначенной для реализации в Беларуси, экоупаковку, которая производится в республике с использованием не менее 30% собранных здесь вторичных материальных ресурсов [7].

Кроме того, белорусские ученые работают над созданием биоразлагаемой пленки из полилактида, а также биоразлагаемого упаковочного материала – бумаги с различными свойствами. Институтом общей неорганической химии НАН к настоящему времени разработан и внедрен в производство бумажный упаковочный материал, который обладает жиро- и влагостойкостью; ведется разработка других его типов: термостойкого и биоцидного [8].

2. Снижение доли отходов, которые невозможно переработать из-за неправильного сбора.

В этом направлении нам также представляется необходимым выделить две составляющие проблемы.

Во-первых, это осознание необходимости отдельного сбора мусора населением. Для этого используется информационное и обучающее воздействие на население. Оценить значение эффективных коммуникаций в этой области возможно на примере Великобритании, где благодаря организации коммуникации с населением в рамках общенациональной программы «Перерабатывай сейчас» доля перерабатываемых отходов увеличилась с 11–18% до 40%. Среди ключевых посылов населению, используемых в различных странах, нами выделены следующие:

- снижение негативного экологического воздействия, благодаря сокращению использования ресурсов при производстве;
- снижение потребления первичных ресурсов, увеличение использования вторичных ресурсов и как следствие, снижение производственных затрат;
- призыв к «правильной» сортировке мусора, поскольку только в этом случае мусор может быть переработан и использован в качестве сырья для новых продуктов;
- призыв к минимизации отходов (например, отказу от использования пластиковых пакетов или посуды), что приводит к экономии [1].

Используемые в настоящее время виды коммуникаций можно разделить на три группы:

- акции с демонстрацией раздельного сбора мусора, объяснением полезности его сортировки и алгоритмов соответствующих действий;
- игровые мероприятия, в том числе онлайн-активности, направленные на популяризацию сортировки отходов;
- социальная реклама в СМИ (телевидение, радио, пресса, Интернет) и на билбордах.

Во-вторых, сам процесс сбора мусора и необходимость обучения населения его правильному сбору.

Кроме вопросов обеспеченности контейнерами для раздельного сбора мусора, в этом направлении существуют проблемы низкой информированности населения о возможности переработки тех или иных видов пластика. Неправильный сбор пластиковых отходов приводит либо к необходимости дополнительной их сортировки, либо непригодности к переработке. Исследование, проведенное Экологическим союзом Санкт-Петербурга, показало, что только 23,4% респондентов хорошо разбираются в экологических знаках. Большинство респондентов знает, что продукция должна иметь экологическую маркировку, но не знает, как она должна выглядеть, и что означает [9].

Для стимулирования раздельного сбора мусора в Беларуси с 1 сентября 2020 г. действуют правила обращения с коммунальными отходами, обязательные к исполнению и обслуживающими компаниями, и гражданами, которыми оговаривается привлечение к административной ответственности за их нарушение, однако еще не решен вопрос контроля этого процесса. Кроме того, используется социальная реклама для продвижения идей необходимости раздельного сбора мусора.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что в Беларуси предпринимаются значительные шаги к решению проблем управления отходами, однако для достижения намеченных целей устойчивого развития в этой сфере представляется целесообразным:

- усиление мотивации производителей использования экоупаковки, в первую очередь, из натуральных материалов, так как в настоящее время ни один из видов биоразлагаемого пластика не является полностью безопасным;
- стимулирование производителей помимо нанесения стандартизированной для экологичной упаковки символики размещать заметную для потребителей информацию о возможности или невозможности ее утилизации и переработки;
- усиление использования коммуникационных ресурсов, направленных на формирование экологического мышления как населения, так и повышения экологической ответственности бизнеса. Решением этой проблемы должны быть обучающие программы как на интернет-ресурсах, так и непосредственно в учебных заведениях и трудовых коллективах. Необходимо развивать белорусские интернет-ресурсы, подобные российским Разделяйснами.рф и Экоклас.рф, созданным для методической помощи в проведении экоуроков, Разделяйфлешмоб.рф, ориентированному на участников флешмобов и акций; Мойэкодвор.рф, предлагающему помощь активистам в вовлечении жителей двора в раздельный сбор мусора, а также инициировать создание интернет-площадок для вовлечения креативных людей в генерирование идей по созданию экоупаковки.

Литература

1. Бунько, С.А. Роль маркетинговых коммуникаций в развитии системы обращения с отходами / С.А. Бунько // «Минерально-сырьевой комплекс: инженерные и экономические решения»: материалы XVII Междунар. науч.-практ. конф., посвященной 100-летию БНТУ, 29 октября 2020 г., г. Минск. – Мн.: БНТУ, 2020.

2. Зазерская, В.В. Экономический рост в условиях устойчивого развития/ В.В. Зазерская // Инновации: от теории к практике: колл. монограф.; под науч. ред. А.М. Омелянюка [и др.] – Брест: Изд-во БрГТУ, 2019. – Подраздел 5.4. – С. 254–262.

3. Цель 12: Ответственное потребление и производство [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sdgs.by/targets/target12/>. – Дата доступа: 12.10.2020.

4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/okruzhayushchaya-sreda/sovместnaya-sistema-ekologicheskoi-informatsii2/i-othody/i-1-obrazovanie-othodov/>. – Дата доступа: 12.10.2020.

5. В Чехии ограничивают производство изделий из пластика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ecolog.by/news/11130-v-chekhii-ogranichivayut-proizvodstvo-izdeliy-iz-plastika>. – Дата доступа: 12.10.2020.

6. Все о биоразлагаемых пластиках. Мировой рынок биополимеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ect-center.com/blog/biodegradable-polymers>. – Дата доступа: 12.10.2020.

7. О поэтапном снижении использования полимерной упаковки [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 13 янв. 2020 г. № 7 // КонсультантПлюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.

8. Эксперты рассказали, как в стране начали поэтапно замещать пластиковую упаковку экологичной [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.by/turbo/sb.by/s/articles/-budushchee-v-zelenoy-obertke.html>. – Дата доступа: 12.10.2020.

9. Как покупатели выбирают экотовары? [Электронный ресурс] / Экологический союз Санкт-Петербурга: официальный сайт. – Режим доступа: <http://ecounion.ru>. – Дата доступа: 12.10.2020.

К.Р. Быков

Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ТОВАРАМИ ОДЕЖДЫ ЕАЭС

STATE AND PROBLEMS OF BALANCING FOREIGN TRADE IN CLOTHING GOODS OF THE EAEU

В статье представлены результаты анализа сбалансированности внешней торговли товарами одежды (С14) в ЕАЭС за 2015-2019 гг. на основе динамики и структуры общих показателей внешней торговли. Цель исследования: выявление ключевых факторов, оказывающих диспропорции на сбалансированность внешней торговли С14 в странах ЕАЭС.

The article presents the results of the analysis of the balance of foreign trade in clothing goods (C14) in the EAEU for 2015-2019. based on the dynamics and structure of general indicators of foreign trade. The purpose of the study is to identify the key factors that have imbalances in the balance of C14 foreign trade in the EAEU countries.

Коллектив ученых в работе [1, с. 93] определяет сбалансированность как «состояние системы, при котором сохраняются основные пропорции и соотношения между ее элементами при одновременном обеспечении устойчивого экономического роста». По нашему мнению, *сбалансированность развития предприятия или сектора экономики* – увеличение создаваемой им добавленной стоимости при условии сохранения безубыточности и опережающего роста экспорта над импортом, что обеспечивает вклад системы в экономический рост без создания торговых и бюджетных дисбалансов.

Оценка динамики внешней торговли товарами С14 в странах ЕАЭС свидетельствует о том, что внешнеторговый оборот непрерывно повышался с 7,85 млрд долл. США в 2015 г. до 11,56 млрд долл. США в 2019 г. В целом интенсивность роста внешнеторгового оборота С14 была выше интенсивности роста отрицательного сальдо за весь период(табл. 1).

Таблица 1 – Динамика внешней торговли товарами одежды в странах ЕАЭС, млн долл. США

Показатель	Год					Темп роста (%) к 2015 г.			
	2015	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Оборот	7851,2	8192,8	10024,6	11118,5	11564,7	104,4	127,7	141,6	147,3
Экспорт	902,5	1027,7	1219,0	1424,0	1463,4	113,9	135,1	157,8	162,1
Импорт	6948,7	7165,1	8805,6	9694,5	10101,4	103,1	126,7	139,5	145,4
Сальдо	-6 046,2	-6 137,4	-7 586,6	-8 270,5	-8 638,0	101,5	125,5	136,8	142,9

Источник: авторская разработка на основе данных [2].

В ЕАЭС в распределении товарооборота С14 наибольшую долю за 2015-2019 гг. занимала Россия – 76,5 %, а на второй позиции разместилась Беларусь – около 10 % (табл. 2).

Таблица 2 – Распределение товарооборота одежды по странам ЕАЭС за 2015-2019 гг.

Страна – член ЕАЭС	Товарооборот стран ЕАЭС за пять лет		Товарооборот стран ЕАЭС за пять лет во взаимной торговле	
	Млн долл. США	Доля, %	Млн долл. США	Доля, %
Россия (RU)	37274,9	76,46	3 556,5	42,4
Беларусь (BY)	4 857,6	9,96	2 736,6	32,7
Казахстан(KZ)	3 379,5	6,93	1 107,5	13,2
Кыргызстан (KG)	1 862,4	3,82	572,6	6,8
Армения (AM)	1 377,3	2,83	405,2	4,8
Всего	48 751,8	100	8 378,3	100

Источник: авторская разработка на основе данных [2].

Из таблицы 2 видим, что общая доля товарооборота одежды RU иBY составила свыше 85 %, при этом во взаимной торговле С14 на каждую из перечисленных выше стран приходится 42,4 и 32,7 % соответственно.

Далее следует определить прибыльность внешнеторговых связей ЕАЭС. В общем виде финансовый результат внешнеторговых операций в целом и с каждой страной - членом ЕАЭС можно определить величиной внешнеторгового сальдо. Чем выше положительная величина данного показателя (чистый экспорт), тем больше валютные поступления в страну, что и обеспечивает положительный эффект от осуществления внешнеторговых связей.

Отрицательное сальдо товаровС14в странах ЕАЭС в 2019 г. увеличилось на 2,59 млрд долл. США к 2015 г. Его абсолютное изменение и относительный вклад по каждой стране ЕАЭС ранжирован по значимости влияния в порядке убывания (табл. 3).

Таблица 3 – Вклад стран ЕАЭС в изменение внешнеторгового сальдо товаров одежды

Страна – член ЕАЭС	Сальдо, млн долл. США		Изменение сальдо, млн долл. США	Вклад, %
	2015 г.	2019 г.		
Сальдо внешней торговли С14, в т. ч.:	-6 046,17	-8 637,99	-2 591,81	-100,0
Россия (RU)	-5 432,88	-7 599,80	-2 166,92	-83,6
Казахстан (KZ)	-625,45	-818,30	-192,85	-7,4
Беларусь (BY)	83,79	-90,48	-174,27	-6,7
Кыргызстан (KG)	-55,44	-124,64	-69,20	-2,7
Армения (AM)	-16,19	-4,76	11,43	0,4

Источник: собственная разработка на основе [2].

Наибольший вклад в ухудшение внешней торговли С14 в ЕАЭС внесло отрицательное сальдо RU 2,17 млрд долл. США, или 83,6 %. Довольно существенное ухудшение сальдо внешней торговли С13 сложилось в BY в 2019 г. – минус 0,09 млрд долл. США по сравнению с 2015 г., что негативно отразилось в общем увеличении отрицательного сальдо на 0,17 млрд долл. США или 6,7 % от общего вклада. На пятой позиции разместилась AM, отрицательное сальдо которой снизилось на 0,01 млрд долл. США, что эквивалентно положительному вкладу в размере 0,4 % от общего ухудшения сальдо внешней торговли товарами С14.

Результаты таблицы 4 свидетельствуют о том, что долю экспорта товаров С14 с 2015 по 2019 гг. в странах ЕАЭС во взаимной торговле и с третьими странами можно признать

разбалансированной, поскольку более 70 % экспорта товаров было реализовано во взаимной торговле, а свыше 90 % – импортировано из третьих стран.

Таблица 4 – Доля экспорта и импорта товаров одежды ЕАЭС во взаимной торговле и с третьими странами в 2015-2019 гг.

Год	Экспорт товаров				Импорт товаров				Всего			
	Во взаимной торговле		С третьими странами		Во взаимной торговле		С третьими странами		Экспорт товаров		Импорт товаров	
	Млн долл. США	%	Млн долл. США	%	Млн долл. США	%	Млн долл. США	%	Млн долл. США	%	Млн долл. США	%
2015	674,4	74,7	228,1	25,3	514,9	7,4	6 433,8	92,6	902,5	100	6 948,7	100
2016	770,3	75,0	257,4	25,0	673,6	9,4	6 491,5	90,6	1 027,7	100	7 165,1	100
2017	906,7	74,4	312,3	25,6	767,7	8,7	8 037,9	91,3	1 219,0	100	8 805,6	100
2018	1 086,8	76,3	337,2	23,7	898,3	9,3	8 796,2	90,7	1 424,0	100	9 694,5	100
2019	1 093,2	74,7	370,2	25,3	992,5	9,8	9 108,9	90,2	1 463,4	100	10 101,4	100
Среднее значение	906,3	75,0	301,0	25,0	769,4	8,9	7 773,7	91,1	1 207,3	100	8 543,0	100

Источник: авторская разработка на основе данных [2].

Из таблицы 4 видим, что на долю импорта товаров С14 во взаимной торговле стран ЕАЭС приходилось в среднем за пять лет только 8,9 %. Наиболее весомым этот показатель был в 2019 г. - 9,8 % за пять лет. Сохраняется высокая потребность стран - членов ЕАЭС в импорте товаров одежды.

Проанализировав пропорции экспорта и импорта товаров С14 по странам - членам ЕАЭС во взаимной торговле и торговле с третьими странами на основе данных ЕЭК, автор пришел к выводу, что за пять лет доля экспорта во взаимной торговле свыше 70 % наблюдалась в ВУ, КЗ и КГ (табл. 5).

Таблица 5 – Пропорции экспорта и импорта товаров одежды по странам - членам ЕАЭС во взаимной торговле и торговле с третьими странами за 2015-2019 гг.

Год	Относительные показатели стран – членов ЕАЭС, %											
	Доля Э во ВЗТ	Доля Э с ТРС	Доля И во ВЗТ	Доля И с ТРС	Доля Э во ВЗТ	Доля Э с ТРС	Доля И во ВЗТ	Доля И с ТРС	Доля Э во ВЗТ	Доля Э с ТРС	Доля И во ВЗТ	Доля И с ТРС
	Армения (АМ)				Беларусь (ВУ)				Казахстан(КЗ)			
2015	40,7	59,3	3,5	96,5	79,8	20,2	37,6	62,5	86,9	13,1	26,8	73,2
2016	50,1	49,9	3,9	96,1	82,0	18,0	45,7	54,3	92,3	7,8	26,8	73,2
2017	56,3	43,7	4,7	95,3	82,3	17,7	27,0	73,0	91,3	8,7	32,9	67,1
2018	64,2	35,8	5,1	94,9	81,0	19,0	24,0	76,0	89,9	10,1	32,5	67,5
2019	52,7	47,3	6,6	93,4	82,0	18,0	27,4	72,6	88,9	11,1	30,1	69,9
Среднее значение	52,8	47,2	4,8	95,2	81,5	18,5	32,3	67,7	89,9	10,1	29,8	70,2
	Кыргызстан (КГ)				Россия (РУ)				Примечание. Доля Э во ВЗТ - доля экспорта во взаимной торговле; Доля Э с ТРС - доля экспорта с третьими странами; Доля И во ВЗТ - доля импорта во взаимной торговле; Доля И с ТРС - доля импорта с третьими странами.			
2015	98,9	1,1	1,9	98,1	68,2	31,8	4,0	96,1				
2016	97,2	2,8	1,2	98,8	65,1	34,9	6,2	93,8				
2017	98,3	1,7	4,3	95,7	63,4	36,6	5,8	94,2				
2018	98,9	1,1	2,7	97,4	68,0	32,0	6,7	93,3				
2019	98,4	1,6	2,0	98,0	68,7	31,3	6,6	93,4				
Среднее значение	98,4	1,7	2,4	97,6	66,7	33,3	5,8	94,2				

Источник: авторская разработка на основе данных [2].

В целом доля экспорта во взаимной торговле С14 по странам ЕАЭС за весь период изменялась незначительно, в КГ варьирует от 97,2 до 98,9 %, ВУ от 79,8 до 82,3 % и РУ - от 63,4 до 68,7 % по сравнению с АМ с 40,7 до 64,2 % (табл. 5). Доля экспорта товаров С14 с третьими странами наблюдалась нестабильной за весь период в АМ от 35,8 до 59,3 %. Наибольшая доля импорта товаров С14 во взаимной торговле в среднем за пять лет приходилась в ВУ – 32,3 % и КЗ – 29,8 %. Во всех странах ЕАЭС главной проблемой является высокая доля импорта товаров С14 из третьих стран и ее тенденция роста в

отдельных странах. Так, в КГ ее доля составляла в 2016 г. 98,8 %, а в 2019 г. произошло снижение на 0,8 п.п., в ВУ – с 54,3 до 72,6 %, снижение в КЗ с 73,2 % в 2015 г. до 69,9 % в 2019 г. и РУ снижение произошло с 96,1 % в 2015 г. до 93,4 % в 2019 г. Таким образом, во всех странах ЕАЭС кроме АМ видим диспропорции в экспорте и импорте товарами С14 за пять лет, заключающиеся в том, что доля импорта товаров из третьих стран значительно превышает долю их экспорта.

Результаты анализа сбалансированности товарного потока экспорта и импорта товаров С14 с 2015 по 2019 гг., а также доля основных товарных групп представлены в таблице 6. Согласно расчетным данным (табл. 6) можно заключить, что за пять лет наибольшую долю экспорта товаров С14 составляли следующие товарные группы: во взаимной торговле - группа 61 «Предметы одежды и принадлежности к одежде трикотажные машинного или ручного вязания» и 62 «Предметы одежды и принадлежности к одежде, кроме трикотажных машинного или ручного вязания», с третьими странами наблюдалась тенденция роста доли товарной группы 62 с 48,1 в 2015 г. до 52,8 % в 2019 г. В товарной структуре импорта С14 во взаимной торговле и торговле с третьими странами преобладают товарные группы 61 и 62. В целом товарные структуры экспорта и импорта товаров С14 ЕАЭС схожи: характерна высокая доля 61 и 62, а различия выражаются в объемах торговли. Вместе с тем, динамика сальдо перечисленных выше товарных групп характеризуется высоким отрицательным значением с третьими странами, а во взаимной торговле оно сохранялось положительным. Немаловажным импортируемым в товарной группе 63 «Прочие готовые текстильные изделия и др.» является товар 6309 «Одежда, бывшая в употреблении». Её доля в общем импорте в страны ЕАЭС имела тенденцию роста с 2,2 в 2015 г. до 2,73 % в 2018 г. Абсолютный прирост данного товара за этот период составил 98,9 млн долл. США, а отрицательное сальдо – 100 млн долл. США.

Таблица 6 – Сбалансированность торговых потоков стран - членов ЕАЭС в разрезе основных товарных групп одежды в 2015-2019 гг.

Товарная группа одежды по кодам ТН ВЭД ЕАЭС	Экспорт				Импорт				Сальдо	
	Во взаимной торговле		С третьими странами		Во взаимной торговле		С третьими странами		Во взаимной торговле	С третьими странами
	Млн долл. США	Уд. вес, %	Млн долл. США	Уд. вес, %	Млн долл. США	Уд. вес, %	Млн долл. США	Уд. вес, %	Млн долл. США	Млн долл. США
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2015 год										
61	265,48	39,37	65,24	28,60	209,14	40,62	2658,02	41,31	56,3	-2592,8
62	353,39	52,40	109,73	48,10	249,74	48,51	2993,56	46,53	103,7	-2883,8
63 (без 6309 и 6310)	53,18	7,89	48,51	21,26	53,96	10,48	638,47	9,92	-0,8	-590,0
6309	0,84	0,12	1,16	0,51	0,71	0,14	141,48	2,20	0,1	-140,3
6310	1,51	0,22	3,48	1,52	1,31	0,25	2,32	0,04	0,2	1,2
Итого	674,40	100	228,12	100	514,86	100	6433,83	100	159,5	-6205,7
2016 год										
61	315,79	41,00	76,12	29,58	238,45	35,40	2842,41	43,79	77,3	-2766,3
62	335,74	43,59	126,33	49,09	270,54	40,16	2945,19	45,37	65,2	-2818,9
63 (без 6309 и 6310)	114,10	14,81	50,46	19,61	161,25	23,94	558,13	8,60	-47,2	-507,7
6309	2,15	0,28	0,54	0,21	1,51	0,22	143,76	2,21	0,6	-143,2
6310	2,53	0,33	3,91	1,52	1,85	0,27	1,99	0,03	0,7	1,9
Итого	770,31	100	257,36	100	673,59	100	6491,50	100	96,7	-6234,1
2017 год										
61	413,04	45,55	89,05	28,52	322,90	42,06	3519,58	43,79	90,1	-3430,5
62	390,24	43,04	160,69	51,46	334,60	43,58	3646,30	45,36	55,6	-3485,6
63 (без 6309 и 6310)	90,99	10,04	58,00	18,58	98,62	12,85	672,46	8,37	-7,6	-614,5
6309	9,00	0,99	0,59	0,19	8,23	1,07	197,31	2,45	0,8	-196,7
6310	3,45	0,38	3,93	1,26	3,35	0,44	2,24	0,03	0,1	1,7
Итого	906,72	100	312,27	100	767,70	100	8037,88	100	139,0	-7725,6

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2018 год										
61	517,18	47,59	91,08	27,01	362,76	40,38	3798,75	43,19	154,4	-3707,7
62	444,47	40,90	181,64	53,86	403,51	44,92	3997,35	45,44	41,0	-3815,7
63 (без 6309 и 6310)	109,60	10,08	60,14	17,83	116,42	12,96	756,91	8,61	-6,8	-696,8
6309	11,95	1,10	0,42	0,13	11,84	1,32	240,38	2,73	0,1	-240,0
6310	3,61	0,33	3,96	1,17	3,82	0,43	2,76	0,03	-0,2	1,2
Итого	1086,8	100	337,24	100	898,34	100	8796,15	100	188,5	-8458,9
2019 год										
61	477,29	43,66	95,62	25,83	398,57	40,16	3960,97	43,48	78,7	-3865,4
62	457,79	41,88	195,62	52,84	439,59	44,29	4073,61	44,72	18,2	-3878,0
63 (без 6309 и 6310)	138,22	12,64	73,64	19,89	134,12	13,57	864,35	9,49	4,1	-790,7
6309	16,30	1,49	1,19	0,32	16,45	1,66	206,95	2,27	-0,1	-205,8
6310	3,56	0,33	4,13	1,12	3,72	0,37	3,03	0,03	-0,2	1,1
Итого	1093,2	100	370,19	100	992,45	100	9108,90	100	100,8	-8738,7

Источник: авторская разработка на основе данных [2].

Сложившаяся тенденция торговых потоков стран - членов ЕАЭС по основным товарным группам за пять лет свидетельствует о диспропорции их, т. е. ослаблении позиций товарных групп, определяющих товарную структуру экспорта и специализацию ЕАЭС.

Проанализируем структуру экспорта и импорта товаров одежды стран – членов ЕАЭС с ключевыми внешнеторговыми партнерами с 2016 по 2019 гг. (табл. 7).

Таблица 7 – Структура объемов экспорта и импорта товаров одежды стран - членов ЕАЭС с ключевыми внешнеторговыми партнерами в 2016-2019 гг., %

Страна	2016 г.	Страна	2017 г.	Страна	2018 г.	Страна	2019 г.
	Доля		Доля		Доля		Доля
Экспорт							
1. Украина	18,9	1. Украина	19,9	1. Германия	19,54	1. Италия	16,83
2. Италия	14,6	2. Италия	13,7	2. Италия	17,24	2. Украина	16,45
3. Германия	14,0	3. Германия	12,6	3. Украина	14,74	3. Германия	14,4
4. Литва	12,7	4. Литва	8,8	4. Польша	7,68	4. Польша	7,57
5. Польша	7,3	5. Польша	6,5	5. Литва	7,44	5. Литва	7,42
6. Молдова	4,8	6. Молдова	5,5	6. Латвия	2,69	6. Латвия	4,65
7. Великобритания	3,7	7. Латвия	5,0	7. Франция	2,32	7. Франция	3,52
8. Франция	3,2	8. США	4,6	8. Испания	1,9	8. Великобритания	2,36
9. Латвия	2,1	9. Великобритания	3,4	9. Молдова	1,32	9. Испания	2,16
10. Хорватия	1,9	10. Франция	3,3	10. США	1,08	10. Молдова	1,92
Десять стран	83,2	Десять стран	83,3	Десять стран	76,0	Десять стран	77,3
Всего	100	Всего	100	Всего	100	Всего	100
Импорт							
1. Китай	42,6	1. Китай	40,3	1. Китай	39,38	1. Китай	37,96
2. Бангладеш	11,1	2. Бангладеш	11,9	2. Бангладеш	11,38	2. Бангладеш	11,99
3. Италия	6,5	3. Турция	7,8	3. Турция	9,47	3. Турция	10,48
4. Турция	6,3	4. Италия	7,2	4. Италия	7,38	4. Италия	7,69
5. Вьетнам	4,0	5. Вьетнам	4,3	5. Вьетнам	4,1	5. Вьетнам	5,45
6. Индия	3,5	6. Узбекистан	3,5	6. Узбекистан	3,01	6. Узбекистан	3,6
7. Узбекистан	3,4	7. Индия	3,2	7. Индия	2,59	7. Индия	2,5
8. Камбоджа	2,0	8. Камбоджа	1,9	8. Камбоджа	1,82	8. Камбоджа	2,24
9. Марокко	1,8	9. Пакистан	1,6	9. Пакистан	1,3	9. Пакистан	1,76
10. Пакистан	1,7	10. Марокко	1,4	10. Марокко	1,28	10. Марокко	1,41
Десять стран	82,9	Десять стран	83,2	Десять стран	81,7	Десять стран	85,1
Всего	100	Всего	100	Всего	100	Всего	100

Источник: авторская разработка на основе данных [2].

Результаты в таблице 7 свидетельствуют о том, что основными покупателями экспортируемых товаров С14 стран ЕАЭС выступают Украина, Германия, Италия, Литва и др. Импортные закупки сосредоточены в Китае, Бангладеш, Турции и др. Импорт товаров

C14 зависит от Китая (в среднем 40,1 %). Состав основных торговых партнеров ЕАЭС за четыре года в экспорте товаров C14 сохранялся на 61,5 %, а импорте – 100 %. Доля экспорта товаров C14 десяти стран в 2019 г. снизилась на 5,9 п.п. до 77,3 %, а доля импорта увеличилась на 2,2 п.п. до 85,1 % к 2016 г.

Таким образом, выявлены основные факторы, оказывающие основные диспропорции на сбалансированность внешней торговли C14ЕАЭС: отрицательное сальдо в торговле с основными торговыми партнерами, низкие темпы динамики структурных изменений, сохраняется низкий уровень географической диверсификации.

Литература

1. Макроэкономические аспекты обеспечения сбалансированности национальной экономики / А. И. Лученок [и др.]. – Минск : Беларус. навука, 2015. – 371 с.

2. Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://eec.eaeunion.org>. - Дата доступа: 15.09.2020.

А.В. Валущко, А.В. Маковчик, Р.В. Раковец

Белорусский государственный технологический университет, Минск, Беларусь

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF MODERN DEVELOPMENT OF MARKETING IN THE REPUBLIC OF BELARUS

В данной статье проводится исследование в области проблем маркетинга на белорусском рынке, а также рассматриваются перспективы развития маркетинговой деятельности в стране. Показаны результаты анализа использования маркетинга в деятельности отечественных предприятий.

This article conducts research in the field of marketing problems in the Belarusian market, and also examines the prospects for the development of marketing activities in the country. The results of the analysis of the use of marketing in the activities of domestic enterprises are shown.

Началом зарождения маркетинга в Республике Беларусь можно считать внедрение принципов маркетинга в экономику республик бывшего СССР (конец 70-х – начало 80-х г.), проводивших политику экспорта. Однако использование маркетинга в отечественной практике было ограничено в силу следующих причин: наличие государственной монополии, отсутствие конкуренции, преобладание дефицита, т.е. «рынка производителя». Принципиальная возможность развития маркетинга в Беларуси была определена реформами 90-х гг., направленными на изменения в отношениях собственности. Правовое утверждение многообразных форм собственности послужило толчком к зарождению основных контуров рыночного хозяйства. В этот период развивается маркетинговое мышление, причем не только у ведущих менеджеров, но и у руководителей низших звеньев и даже у рядовых работников. Это объясняется тем, что усилилась реальная зависимость их доходов от реализации продукции.

Существует около 2000 определений маркетинга, можно выделить основные:

Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей путем изучения и исследования рынка.

Маркетинг – это система управления предприятием, основанная на тщательном анализе рынка, изучении состояния и перспектив рыночного спроса с тем, чтобы приспособить производство к требованиям рынка, интенсифицировать сбыт, повысить конкурентоспособность товаров с целью получения максимальной прибыли [1].

«Производить то, что продается, а не то, что производится» – вот, что должно стать законом в любой сфере деятельности Республики Беларусь.

В отличие от многих западных аналогов белорусские предприятия поставлены в условия, когда сиюминутные интересы преобладают над долгосрочными, поэтому руководители

вынуждены принимать хозяйственные решения в условиях неопределенности. Многие предприятия находятся на первых ступенях «школы маркетинга».

Для выживания в условиях рынка предприятия должны выходить на рынок с товарами, которые отвечают потребностям покупателей. Это есть рыночная ориентация или ориентация на потребителей, которая требует комплексного изучения рынка с тем, чтобы производить только ту продукцию, которая может найти сбыт, т.е. в соответствии с требованиями потребителей.

«Мы не продаем товары, мы удовлетворяем потребности... Наш высокий жизненный стандарт обеспечен тем, что мы приняли на вооружение маркетинг...», – говорят американцы.

Поэтому маркетинг – широкое понятие. С одной стороны, оно означает тщательное и всестороннее изучение рынка, спроса, вкусов и потребностей потребителей, ориентацию производства на эти требования, адресность выпускаемой продукции, с другой – активное воздействие на рынок и существующий спрос, на формирование потребностей и покупательских предпочтений. Этим определяется основа и содержание маркетинга.

Опираясь на данные маркетинга, руководство предприятия может получить ответы на следующие вопросы:

- Кем?
- Где?
- Каким образом?
- Почему?
- Когда?
- В каком количестве?
- Продаются?
- Покупаются?
- Применяются?
- Товары наши, заменяющие, конкурирующие.

Проблема применения маркетинга в экономике РБ является актуальной, так как в стране сложная экономическая ситуация:

- разбалансированность потребительского рынка;
- инфляция;
- дефицит сырья и ресурсов;
- низкая покупательская способность.

Возможности прямого перенесения зарубежного опыта маркетинга в практику работы наших предприятий очень ограничены, так как в экономике нашей республики нет:

- 1) здоровой конкуренции между производителями;
- 2) непрерывного состояния дефицита практически всей продукции при растущем спросе на нее;
- 3) свободной торговли;
- 4) прямой зависимости результатов хозяйственной деятельности предприятия от количества и качества реализованной продукции;
- 5) действительной хозяйственной самостоятельности предприятия [2].

Опыт развитых стран показал, что эффективный хозяйственный механизм формируется под воздействием «пряника прибыли и кнута конкуренции».

Применение маркетинга в экономике РБ позволит устранить монополизм производителя и поставить человека с его нуждами, потребностями и запросами во главе всей экономики.

Анализ использования маркетинга в деятельности отечественных предприятий показал, что далеко не все из них сумели адаптироваться к современным условиям и создать эффективную маркетинговую систему на предприятии. Это характерно не только для белорусских предприятий, но и для предприятий из стран ближнего зарубежья. Попытаемся сформулировать основные проблемы, препятствующие эффективному внедрению маркетинговой концепции в практическую деятельность наших предприятий.

Среди основных проблем необходимо выделить следующую – подход к маркетингу как к просто продажам. Очень часто на предприятии отделы маркетинга дублируют функции отдела сбыта, и между данными отделами существует негласная конкуренция: кто больше заключит договоров на реализацию товара. Созданные на предприятиях отделы маркетинга

на самом деле не выполняют свои функции, для которых предназначены: исследование рынка, работа с потребителями, формирование маркетинговой политики, разработка комплекса маркетинга и т. п., и, самое главное, использование результатов маркетинговых исследований при формировании производственной программы и работе с партнерами как клиентами, так и поставщиками.

Следующая проблема белорусских предприятий состоит в том, что маркетинговые исследования, проводимые на предприятиях, не стали системой и носят теоретический характер. Руководство не видит необходимости в проведении таких исследований, да и финансирование осуществляется по остаточному принципу. К тому же отечественные предприятия испытывают проблемы с сегментированием рынка. Классические подходы к сегментированию, описываемые в учебной литературе, не всегда можно использовать в практической деятельности, а оригинальные методы сегментирования скрываются успешными компаниями. Опыт собственного персонала в данной области недостаточен, а средств на обращение к внешним организациям нет.

Ассортимент предприятия формируется по старинке, когда за основу берется прошлый опыт, договора со старыми потребителями. Совершенно незнаком для предприятий метод формирования ассортимента, ориентированного на перспективные потребности потребителей, составленного с учетом ассортимента конкурентов, направленный на новые сферы применения товара, освоение новых сегментов. К тому же отделы маркетинга очень мало оказывают влияние на формирование производственной программы.

Маркетинговое планирование носит ограниченный характер. В большинстве случаев план по маркетингу включает развернутый план политики продвижения. Этому разделу маркетинга уделяется достаточное, иногда излишнее, внимание. Мероприятиям по продвижению иногда устанавливаются наивысшие приоритеты, при этом не учитывается их результативность (ведь даже теоретики маркетинга утверждают, что эффективность рекламной кампании можно правильно оценить лишь через определенный промежуток времени и с помощью специальных исследований, позволяющих исключить влияние других факторов). Другой крайностью планирования рекламных мероприятий является использование остаточного принципа, что сказывается на информированности потребителей и, в конечном счете, на конечных результатах деятельности [3].

Маркетинговая ориентация для предприятия не является приоритетной. Различия между сбытовой и маркетинговой ориентациями отражаются на стратегии и структуре соответствующего предприятия. В принципе сбытовая ориентация даже в наших условиях незрелого рынка становится анахронизмом. Тем не менее, еще остается достаточно много предприятий, на которых работа строится по старинке. Руководители таких предприятий, скорее всего, не представляют и поэтому не могут оценить всех возможностей современных информационных технологий. Разумеется, опытный руководитель на чистой интуиции и везении может угадать актуальные запросы рынка. Но так ли уж часты такие везения? При подобном подходе исчезают все преимущества в планировании и развитии бизнеса. Если в такой организации и присутствует элемент маркетинга, то в виде использования методов стимулирования сбыта, проталкивания и продвижения продукции или услуг, которые планируют без особого учета мнения потребителей.

Предприятия, ориентированные на маркетинг, отличаются прежде всего наличием отдела маркетинга с четко прописанными функциями. В нем обязательно должны быть ответственные за исследования рынка (хотя бы один человек), за составление и реализацию маркетинговых планов, за рекламную политику, за продвижение и стимулирование сбыта. Большую пользу приносит аналитический отдел или хотя бы один сотрудник, занимающийся анализом и поиском маркетинговых закономерностей.

Но, несмотря на существующие проблемы, маркетинг в Беларуси развивается.

Можно сформулировать следующие тенденции, сложившиеся на рынке:

– усиление влияния зарубежных партнеров и конкурентов с развитыми маркетинговыми структурами и приоритетами на маркетинговую деятельность отечественных предприятий. Развитие маркетинга отношений за рубежом неизбежно приводит к изменению подходов и наших предприятий при контактах с иностранными партнерами, а также такие подходы

переносятся на отношения и внутри страны. Но здесь речь идет как правило о предприятиях, тесно и стабильно работающих с иностранными партнерами;

– поиск новых партнеров за рубежом, что требует освоение новых качественных видов продукции, ориентированных на потребности новых потребителей, которые могут быть выявлены только при соответствующих маркетинговых исследованиях;

– использование помощи сторонних организаций для маркетинговых исследований, что компенсирует отсутствие или плохой опыт специалистов по маркетингу на самом предприятии. В качестве сторонних организаций выступают ВУЗы, а также консалтинговые фирмы. Ограничением в данном направлении является слабо развитый рынок консалтинговых услуг в области маркетинга;

– продавцы и агенты, непосредственно ведущие работу с покупателями, собирают их отзывы не только о своих, но и о конкурирующих товарах и услугах. Поэтому они обладают ценнейшей информацией, которую при надлежащей постановке дела должны от них получать разработчики и сотрудники производственного отдела. Таким образом, при маркетинговой ориентации предприятия, работники отдела маркетинга активно влияют на весь цикл, начиная от проектирования товара и кончая послепродажным обслуживанием [4].

Подводя итог вышесказанному, можно утверждать, что маркетинг как концепция деятельности постепенно проникает в деятельность отечественных предприятий и с течением времени займет стабильное место в управлении предприятием.

Литература

1. Борушко, Н.В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н.В. Борушко. – Минск: БГТУ, 2012. – 306 с.

2. Казущик, А.А. Основы маркетинга: учебное пособие / А.А. Казущик. – Минск: Беларусь, 2011. – 246 с.

3. Андреева, Н.Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация / Н.Н. Андреева // Маркетинговые коммуникации. – 2018. – № 4. – С. 236-247.

4. Березина, Е.А. Исследование эффективности организации маркетинга на предприятии / Е.А. Березина // СМАЛЬТА. – 2017. – № 6. – С. 18-20.

Н.Г. Гахович

ГУ «Институт экономики и прогнозирования НАНУ»,
г. Киев, Украина

N.G. Gakhovych

Institute for economics and forecasting NAS of Ukraine
Kyiv, Ukraine

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПО БОРЬБЕ С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА

PROSPECTIVE DIRECTIONS OF STATE POLICY COMBATING CLIMATE CHANGE

В статье автор исследовал особенности проявления глобального вызова, связанного с изменением климата и его влиянием на развитие промышленности. Проанализировав современные подходы, применяемые в развитых странах (в частности в ЕС), автору удалось разработать ключевые направления государственной поддержки промышленности для роста ее эффективности с одновременным уменьшением экологической нагрузки.

In the article, the author investigated the features of the manifestation of the global challenge associated with climate change and its impact on industrial development. After analyzing modern approaches used in developed countries (in particular in the EU), the author was able to develop key areas of state support for industry to increase its efficiency while reducing the environmental burden.

Изменение климата является одним из ключевых вызовов настоящего времени, имеет глобальный характер и беспрецедентные масштабы. Для того чтобы рост промышленного производства не сопровождался отрицательным воздействием на окружающую среду, а, наоборот, обеспечивал устойчивое развитие, мировым сообществом были предложены различные идеи и инициативы, такие как принятие Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата (1992), ставшей первым шагом на пути к решению проблемы изменения климата; Киотский протокол (1995), Парижское Соглашение (2016), «Европейский Зеленый Курс» (2019) как новая стратегия роста, которая имеет целью превратить ЕС в справедливое и процветающее общество, с современной экономически эффективной и конкурентоспособной экономикой на основе декарбонизации с нулевым уровнем выбросов парниковых газов и переходом к циркулярной экономике до 2050 года.

Во всем мире вопросам противодействия климатическим изменениям уделяется много внимания уже длительное время. Особенно активную позицию в решении данной проблемы занимает Европейский союз, который по-прежнему принимал «Зеленые программы», хотя они и не были достаточно радикальными. Впервые понятие «зеленая экономика» было использовано в отчете Правительства Великобритании «Концепция зеленой экономики» (1989 г.), в рамках решения вопросов устойчивого развития. То есть, как мы видим, страны ЕС работают над экологическими проблемами уже более 30 лет и добиваются успешного прогресса в борьбе с климатическими изменениями и модернизации производства с уменьшением выбросов CO₂. Так, по статистическим данным Евростата, можем сказать, что с 1990 по 2018 гг. выбросы CO₂ в атмосферу сократились на 23%, в то время как ВВП стран ЕС вырос на 61%. Эти данные подтверждают эффективность метода декарбонизации – разрыв между экономическим ростом и уменьшением техногенной нагрузки на окружающую среду.

Рассматривая мировые тренды и динамику выбросов загрязняющих веществ и диоксида углерода (CO₂) в атмосферу, можно заметить, что в ТОП-10 стран загрязнителей входят крупнейшие потребители нефти и угля и крупнейшие экономики мира, в основном это связано с ростом производства электроэнергии, устаревшими технологиями на предприятиях и дорожным транспортом. Кроме крупнейших потребителей полезных ископаемых в этот список также входят их крупнейшие экспортеры: Россия, Иран, Канада (рис. 1).

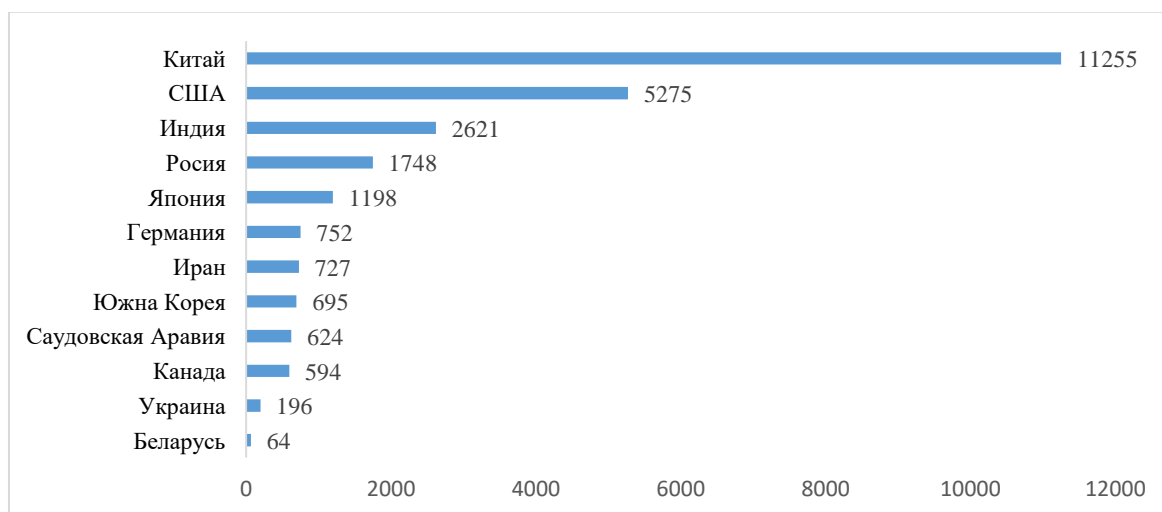


Рисунок 1 – Объемы выбросов диоксида углерода (CO₂) в атмосферу различными странами, млн тонн/год
 Источник: составлено по данным [1]

В Украине динамика выбросов загрязняющих веществ и диоксида углерода (CO₂) в атмосферу является нестабильной, но с каждым годом сокращается. Так, по данным Госкомстата Украины, с 2005-2019 гг. общий объем выбросов сократился на 37,7%, а выбросы CO₂ уменьшились на 20,2%. Львиная часть выбросов CO₂ приходится на промышленность (95,2% от общего объема выбросов CO₂), особенно на перерабатывающую

промышленность – 42,3% (выбросы от химической и металлургической) и предприятия электроэнергетики – 54,8% (потребление угля, природного газа и тепла) рис. 2.

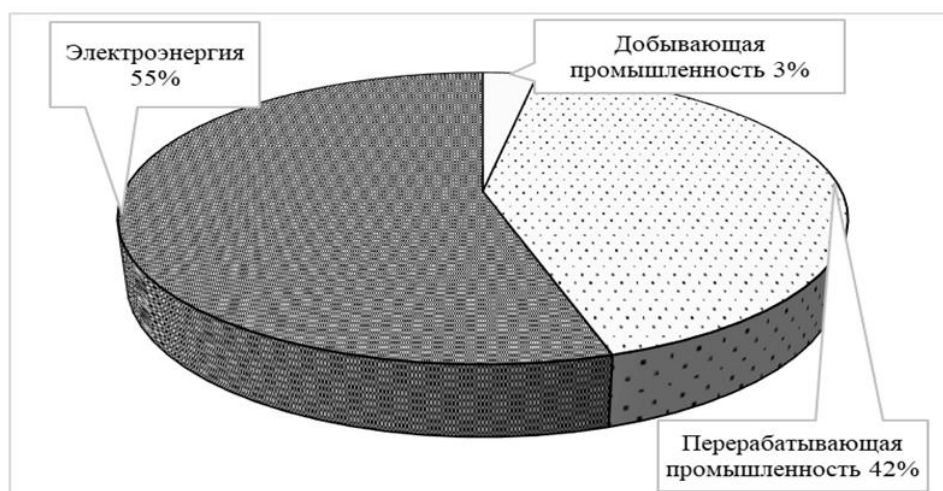


Рисунок 2 – Структура выбросов CO₂ промышленными предприятиями Украины за 2019 г., %
Источник: составлено по данным [2]

Обязательство Республики Беларусь в соответствии с Парижским соглашением заключается в сокращении выбросов парниковых газов как минимум на 28 % к 2030 году по сравнению с 1990 годом, поэтому тенденции выбросов загрязняющих веществ и диоксида углерода (CO₂) в атмосферу тоже являются нестабильными, с каждым годом происходит сокращение их. Так, по данным Белстата, с 2005-2018 гг. общий объем выбросов сократился на 13%, а выбросы CO₂ уменьшились на 6,1%. Значительная часть выбросов CO₂ приходится на энергетику (62%), сельское хозяйство (24%), промышленные предприятия и отходы по равным частям (7%) (рис. 3).

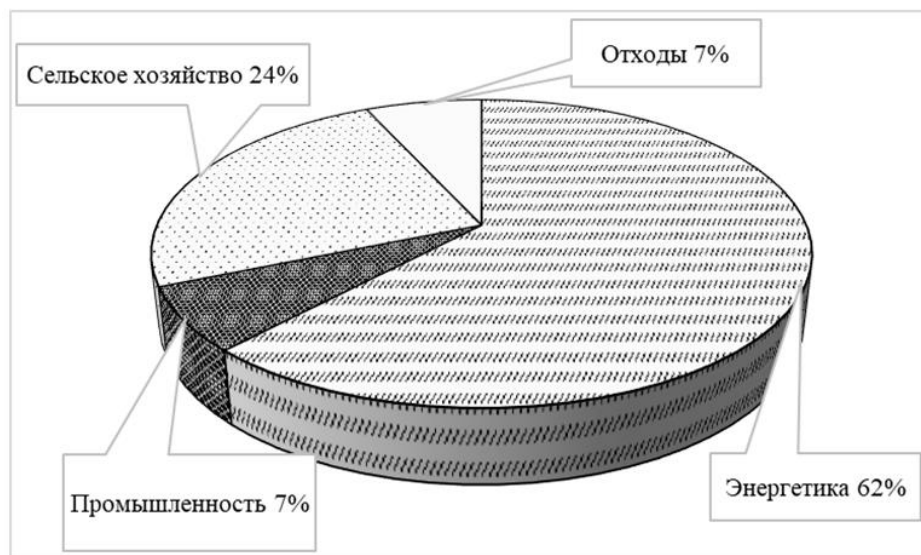


Рисунок 3 – Структура выбросов CO₂ в Республике Беларусь за 2018 г., %
Источник: составлено по данным [3]

Подтверждает высокий уровень экологической нагрузки при недостаточно эффективной деятельности промышленных производителей в Украине и показатель экологической эффективности экономики, а именно соотношение объема выбросов CO₂ и ВВП. Расчет данного показателя ставит Украину (0,57 т CO₂ / тис. долл. ВВП) вместе с такими странами как Китай (0,50 т CO₂ / тис. долл. ВВП), Россия (0,46 т CO₂ / тис. долл. ВВП), Иран (0,49 т

CO₂ / тис. долл. ВВП), а в Республике Беларусь (0,38 т CO₂ / тис. долл. ВВП). В то же время показатель в развитых странах не превышает 0,3 т CO₂ / тис. долл. ВВП США (0,29 т CO₂ / тис. долл. ВВП), Япония (0,24 т CO₂ / тис. долл. ВВП), Дания (0,12 т CO₂ / тис. долл. ВВП) [1].

По вышеизложенному анализу мы видим, что наши страны до сих пор не преодолели ни зависимость от ископаемого топлива, ни его интенсивное использование, которые и являются причинами выбросов CO₂, что ведет к глобальному потеплению и климатическому кризису. Вместо ископаемого топлива – возобновляемая энергетика, вместо монополий – приоритет малому и среднему бизнесу, вместо уличных пробок – ориентация на комфортную дорогу, удобный общественный транспорт, велосипеды и электрокары – вот что должно стать приоритетом Украины и Республики Беларусь.

Однако Украина и Республика Беларусь в соответствии с Парижским климатическим соглашением взяли на себя обязательства по снижению CO₂, то есть правительство должно найти способ, чтобы предприятия снижали свои выбросы CO₂ в атмосферу.

Очень важно согласовать такие планы с Европейским зеленым курсом – планами Евросоюза достичь до 2050 года так называемой углеродной нейтральности. Или же простым языком – снизить почти до нуля выбросы CO₂ своих предприятий. И одновременно с этим найти способ защитить свой рынок от товаров из стран, где выбросы CO₂ выше. Так называемый механизм СВМ (Carbon Border Adjustment mechanism) – инструмент для предотвращения утечки углерода, это как раз о механизме защиты. СВМ создает огромные затраты для секторов, особенно для металлургии, производства строительных материалов и нефтеперерабатывающей промышленности, что повышает значение государственной политики содействия адаптации промышленности к новым экологическим требованиям мирового сообщества

Цель Европейского зеленого курса амбициозна - обеспечить экономический рост стран – членов ЕС и до 2050 года отказаться от потребления нефти, газа и угля. Так называемая климатическая нейтральность потребует как инновационных технологических решений, так и увеличения площади лесов и парков, чтобы поглощать выбросы CO₂ в атмосферу.

Новая европейская повестка не просто об уменьшении выбросов парниковых газов или отказе от пластика. Это, в первую очередь, о большой экономической трансформации, которая будет сопровождать такой переход, и сделает возможным комфортную жизнь в мире без ископаемого топлива и двигателей внутреннего сгорания.

Подобные экологические цели предполагают кардинальное изменение технологии производства в большинстве существующих сфер экономики – от металлургии и энергетики до сельского хозяйства. К примеру, средний уровень выбросов CO₂ в металлургии в Украине – 2000 кг на тонну стали, в ЕС – около 1300 кг на тонну стали. А цель – менее 250 кг CO₂ на тонну стали. Т.е. сократить выбросы CO₂ нужно будет в 5 и в 8 раз. В практике это означает, что нужно будет строить новые заводы вместо старых.

Таким образом, Украина и Республика Беларусь нуждается в первую очередь в модернизации и повышения эффективности, чтобы не продолжать загрязнять атмосферу и даже не получать компенсации в виде роста основных экономических показателей (ВВП) и благосостояния населения. Ведь состояние промышленности в основном не соответствует уровню технологического развития многих стран: устаревшая энерго- и ресурсоемкая и материально-техническая база, дефицит инвестиционных средств, устаревшие технологии на некоторых предприятиях. Без модернизации нам не достичь уровня развитых стран. Здесь нужна стратегия адаптации к Индустрии 4.0, которая соединит промышленную, экономическую и экологическую политику для энергоэффективной и высокотехнологичной модернизации. Те, кто уже инвестировал в обновление технологий, несмотря на сложный доступ к международному финансированию и недостаточно эффективной государственной поддержки, обязательно получит конкурентные преимущества, и не только на рынке ЕС.

Наибольший эффект даст замена старого оборудования на современное, которое экономит энергию. Кроме того, следует делать акцент на развитии возобновляемых источников энергии – в ближайшем будущем она будет не просто более экологичной, но и стоить меньше, чем энергия из традиционных источников. Также значительный эффект может дать внедрение экономики замкнутого цикла, основу которой образуют замкнутые цепи поставок, под которыми понимают цепь поставок. Он обеспечивает максимизацию добавленной стоимости в

течение всего жизненного цикла продукта с динамическим обновлением в рамках относительно длительных временных интервалов ценностей различных типов и объемов.

Внедрение принципов циркулярной экономики в производство дает возможность «перезагрузить» экономику, сделав ее более устойчивой и конкурентоспособной. Это принесет пользу всем предприятиям, отраслям и гражданам в таких направлениях как более инновационные и эффективные способы производства и потребления; защиту бизнеса от нехватки ресурсов и неустойчивых цен; возможности для локализации и социальной интеграции; оптимизации обращения с отходами, способствует переработке отходов и сокращению объемов свалок; экономии энергии, поскольку меньше производственных процессов требует меньше энергии; получения выгод для окружающей среды с точки зрения климата и биоразнообразия, уменьшение загрязнения воздуха, почвы и воды.

Вышеизложенное требует разработки и внедрения эффективных инструментов по поддержке промышленности для роста ее эффективности с одновременным уменьшением экологической нагрузки, а именно, такие направления государственного стимулирования: совершенствование нормативно-правового регулирования, внедрения принципов устойчивого развития, финансовой поддержки проектов, ориентированных на развитие циркулярной экономики, а также разработки региональных планов управления отходами с ориентацией на Европейский зеленый курс.

Литература

1. Fossil CO2 and GHG emissions of all world countries. 2019 Report. [Electronic resources]. – Mode of access: https://edgar.jrc.ec.europa.eu/booklet2019/Fossil_CO2andGHG_emissions_of_all_world_countries_booklet_2019report.pdf

2. Данные Госкомстата Украины «Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу от стационарных источников загрязнения за 2019 г.» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ns.htm

3. Данные Белстат «Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух: Беларусь», «Выбросы парниковых газов: Беларусь» за 2018 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/-okruzhayushchaya-sreda/sovместnaya-sistema-ekologicheskoi-informatsii2/b-izmenenie-klimata/b-3-vybrosy-parnikovyh-gazov/>

Э.П. Головач, Е.Н. Хутова

Академия спортивного воспитания в Варшаве, филиал в Бялой Подляске,
Брестский государственный технический университет

E. Halavach, E. Khutava

JozefPilsudski University of Physical Education in Warsaw Faculty in Biala Podlaska,
Brest State Technical University

БОЛОТНЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

SWAMP'S TOURISM AS A NEW DIRECTION OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Аннотация. Наличие в Республике Беларусь многочисленных водно-болотных угодий, разнообразие флоры и фауны являются предпосылками для развития различных видов нетрадиционного туризма, в том числе и такой его формы как туризм на болотах. Целью исследования являлась оценка возможности развития в республике такого направления нетрадиционного туризма, как туризм на болотах. Для реализации цели были изучены природно-ресурсный потенциал республики, проанализирована заинтересованность потенциальных туристов в развитии болотного туризма, выполнен анализ шансов и угроз развития данного вида туризма в Беларуси.

Annotation. The presence in the Republic of Belarus of numerous wetlands and a variety of flora and fauna are prerequisites for the development of different types of non-traditional tourism, including such its forms as swamp's tourism. The aim of the study was to assess the possibility of developing such a type of non-traditional tourism in the Republic as swamp's tourism. To achieve the goal, the natural resource potential of the republic was studied, the interest of potential tourists in the development of swamp's tourism was analyzed, and the analysis of chances and threats of the development of this type of tourism in Belarus was made.

Введение. Начиная с середины XX века туризм стал стремительно развиваться, превращаясь в одну из ведущих отраслей мировой экономики, оказывая влияние как на экономическое развитие стран, так и на социальные отношения и состояние окружающей среды. В настоящее время туризм превратился в массовое явление, повлекшее за собой, с одной стороны, развитие туристической инфраструктуры и рост благосостояния туристических дестинаций, а с другой – коммерциализацию местных традиций и утрату культурной самобытности населения. Негативные тенденции, связанные со всевозрастающей антропогенной нагрузкой и нарушением баланса различных экосистем в регионах массового туризма, потребовали разработки и принятия мер, направленных на сохранение существующих культур и природы [1].

Анализ постоянно изменяющихся предпочтений современных потребителей туристических услуг, в т.ч. их стремление к получению в рамках одного путешествия различных эмоций – покоя, адреналина и приключений – позволяет предположить, что в ближайшем будущем наиболее востребованными туристическими направлениями будут не традиционные туристические дестинации (европейский и американский регионы), а новые сегменты международного рынка туризма, ориентированные на альтернативные виды путешествий [2].

В данном аспекте наличие многочисленных лесов и водно-болотных угодий, разнообразный животный и растительный мир являются предпосылками для организации в Республике Беларусь (далее РБ) различных видов альтернативного туризма и активного отдыха, в т.ч. экологического, экстремального, в том числе и такой его формы, как туризм на болотах, ориентированного на тот рыночный сегмент путешественников, для которого важным является единение с природой, наблюдение за ней, чувство азарта и стремление попробовать себя в достаточно экстремальных условиях. Целью исследования была оценка возможности развития в Республике Беларусь такого направления нетрадиционного туризма, как туризм на болотах.

1. Нетрадиционные (альтернативные) формы туризма и специфика их развития.

В последние годы одновременно с развитием традиционных видов туризма широкое распространение получили новые виды путешествий, которые относят к нетрадиционному (альтернативному) туризму. В настоящее время нет единого определения данному направлению туризма, ясно одно: он не является массовым и до недавнего времени имел фрагментарное развитие в конкретной туристической дестинации.

Среди наиболее популярных нетрадиционных видов туризма специалисты выделяют: событийный, приключенческий, религиозный, экотуризм и все его разновидности, экстремальный и т.п. Растущий спрос на нетрадиционный туристический продукт влечет за собой появление все новых сегментов внутри каждого из его направлений.

Одним из альтернативных направлений, сочетающих экстремальный туризм и экотуризм, является так называемый болотный туризм. Во всем мире он рассматривается как часть устойчивого туризма. Поскольку Беларусь обладает разнообразными водно-болотными ресурсами, она является идеальной страной для развития данного вида путешествий.

2. Болота и их характеристика. На стыке двух геологических периодов – силура и девона, т.е. примерно 350 млн. лет назад, появились первые болота [3], которые позволили растительному и животному миру «выбраться из воды на землю». «Болотом называют избыточно увлажненный участок суши с особой растительностью и слоем торфа не менее 0,3 м (где торфа еще меньше – заболоченные земли)» [4]. Именно торф является величайшим хранилищем информации о видах животных и растений, населявших нашу планету миллионы лет назад.

Болота служат естественными регуляторами стока поверхностных и грунтовых вод, в зависимости от системы их питания подразделяются на три группы [5]:

1. **Низинные.** Питаются, главным образом, грунтовыми водами, которые содержат минеральные соли, что служит прекрасным удобрением для разнообразного растительного мира – мхов, трав, кустарников и деревьев.

2. **Верховые.** Питаются атмосферными осадками с низким содержанием минеральных солей. Бедность питательных веществ находит свое отражение в скудном растительном мире болот данного вида, который представлен болотной сосной, редким кустарником и корневищными травами (осока и злаки).

3. **Переходные.** Сочетают в себе два вида питания: подземными и атмосферными водами, что приводит к образованию верхового торфяника поверх низинного.

Болотами на Земле занято около 2 млн кв. км, а торфяные залежи (массивы торфа мощностью более 0,5 м) распространены на территории свыше 1,75 млн кв. км. Следует отметить, что человек не спешит осваивать эту природную кладовую (речь не идет об ирригации болот с целью создания сельхозугодий) в культурно-познавательных, туристических и др. целях.

Люди, как правило, сторонятся болот, поскольку в каждой стране и у каждого народа на нашей планете существуют поверья и легенды, связанные с «чертовщиной», суевериями, мистикой и тайнами. И это не удивительно, ведь человек, не знакомый с «правилами поведения на болотах», попав в болотную топь, как правило, теряет способность двигаться и начинает погружаться в болотную жижу, что заканчивается гибелью. Данный процесс может продолжаться от нескольких минут до нескольких суток [6].

Болото – это по-своему красивый и оригинальный природный объект. Изучение его жизни и истории – задача достаточно сложная и увлекательная, которая требует от потенциального туриста, в зависимости от приобретенного турпродукта, не только наличия особых знаний и наблюдательности, но и определенного уровня физической подготовки, умения преодолевать трудности. Таким образом, путешествия по болотным топям могут рассматриваться как одна из разновидностей альтернативного туризма, позволяющего удовлетворить потребности путешественника как в новых знаниях, с одной стороны, так и получить новые эмоции и тот уровень адреналина, который присущ экстремальным видам туризма.

3. Оценка современного состояния туристической инфраструктуры в Республике Беларусь. Развитие туризма в любой стране, регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. Беларусь не располагает такими важными для туризма ресурсами как море и горы, однако она имеет выгодное географическое положение, которое использовалось на протяжении тысячелетий (еще в XI-XII вв. по Днепру, Западной Двине и их притокам проходил один из важнейших торговых путей Средневековья «из варяг в греки»)[7].

В силу своего геополитического положения территория Беларуси часто становилась ареной военных действий, что предопределило относительно невысокую степень сохранности историко-архитектурных памятников. Вместе с тем индустрия гостеприимства в целом и туристический бизнес в Республике Беларусь является перспективным направлением развития. Ежегодно Республику Беларусь посещает более 6 млн человек, из них примерно 30% – организованные туристы, ежегодный поток внутренних туристов составляет около 2 млн человек.

Для обслуживания туристов в республике за последние десятилетия создана достаточно обширная гостиничная база, которая насчитывает: 331 гостиницу, 37 гостиничных комплексов, 7 туристско-гостиничных комплексов и 155 объектов иного типа (мотели, кемпинги и прочее). 85% от общего числа гостиниц и гостиничных комплексов не имеют категории, а сертифицировано всего 54 гостиницы и гостиничных комплекса [8]. Гостиницы существенно разнятся по уровню и ценам и находятся в различных формах собственности и ведомственных подчинениях.

Международные туристические потоки (въездной и выездной потоки) в Беларуси за 2019 год составили 11832053 и 9 221227 человек соответственно [8].

Характеризуя направления развития туризма в Республике Беларусь, можно выделить наиболее популярные, к которым относятся: 1) санаторно-оздоровительный туризм; 2) агротуризм; 3) религиозный туризм.

Вместе с тем, имеющееся историко-культурное наследие, лесные богатства (леса занимают 35,5% территории), наличие многочисленных водоемов (более 10 тыс. озер, которые сконцентрированы главным образом в Поозерье (более 4000) и Полесье (около 6000), более 20 тысяч рек), изобилие птиц и разнообразный животный и растительный мир являются

предпосылками для организации в Республике Беларусь различных видов нетрадиционного туризма и активного отдыха [9].

Особый интерес у потенциальных туристов вызывают особо охраняемые природные территории Беларуси – 5 национальных парков (общей площадью 272 тыс. га), более 150 полных резерватов и заказников (ландшафтные, зоологические, ботанические, биогенетические и т. п.) общей площадью 103,5 тыс. га [9].

Болотные массивы занимают около 14% территории республики, и на них находятся такие уникальные для европейского континента объекты экологического туризма, как Березинский биосферный заповедник, «Припятский» и др. Несмотря на то, что республика имеет разнообразные ресурсы для развития нетрадиционных форм туризма, он в настоящее время практически не развит. Основной причиной является отсутствие внимания к данным видам отдыха и соответственно слабая материально-техническая база и инженерная инфраструктура, отсутствие системы научного и рекламно-информационного обеспечения туристической деятельности и такого ее вида, как туризм на болотах.

4. Крупнейшие болота Беларуси как объект нетрадиционного туризма. Болота Беларуси являются одними из крупнейших в Европе и входят в международный список Рамсарской конвенции о защите водно-болотных угодий (всего 26 водно-болотных угодий страны на общей площади 778,9 тыс. га). На территории республики находятся все типы болот, т.е. *верховые болота* (15,8 % пл. всех болот), *низинные болота* (81,2 % пл. всех болот) и *переходные болота* наиболее распространены в центральной части Беларуси, составляют 3 % площади всех болот.

Лучшие, по мнению специалистов, знающих, любящих и исследующих водно-болотные угодья Беларуси, болота для развития туризма представлены на фотографии (рис.1).



Рисунок 1 – Топ лучших болот Беларуси для развития болотного туризма [10]

Ниже представлена характеристика некоторых из вышеперечисленных болот.

Ольманские болота – один из крупнейших в Европе комплексов верховых, переходных и низинных болот, сохранившийся до наших дней в естественном состоянии. На территории болотного комплекса – 687 видов растений, 26 видов млекопитающих и 151 вид птиц, что создает возможности для орнитологов и любителей пернатых наблюдать за жизнью редких птиц в естественных условиях. В настоящее время планируется создание водного маршрута для байдарочников, водный и авто экстрим-туры по болотам [10].

Пинские болота (Припятские и Полесские). Площадь составляет около 98 419,5 квадратных километров. Еще в 1969 году для сохранения уникальных ландшафтов Полесья и изучения изменений в природе, связанных с активной мелиорацией, был образован Припятский ландшафтно-гидрологический заповедник, а в 1996 году – Национальный парк «Припятский» (более 177 тыс. га), насчитывающий более 300 пойменных и старичных озер, более 1500 видов растений, более 250 видов птиц, около 50 видов млекопитающих, 7 видов рептилий, 11 видов амфибий и 37 видов рыб [9]. «Исключительную ценность представляют пойменные ландшафты парка (аналогов нет в мире), где луга мозаично перемежаются массивами кустарников, заболоченными низинами, участками редколесья, вековыми дубами, старичными и пойменными озерами, отдельными дюнами» [10].

Споровские болота относятся к крупнейшему комплексу низинных болот Европы с типичной флорой и фауной. На территории заказника обитает более ста видов птиц, 18 видов растений, 18 видов насекомых и болотная черепаха [12]. В настоящее время на этих болотах

предлагаются непродолжительные экскурсионные маршруты (длительность от 4 часов до 2-х суток и протяженность от 1 до 13 км), которые сориентированы на традиционные группы туристов:

1. Учащаяся молодёжь (школьники, студенты).
2. Взрослые посетители без детей.
3. Семьи с детьми.
4. Любители природы – жители Беларуси.

5. Любители природы – жители иностранных государств (на болотных маршрутах, не проходящих по приграничной территории).

Вместе с тем значительная часть водно-болотных угодий может в перспективе стать объектами таких видов нетрадиционного туризма, как: наблюдение за птицами (*ang. birdwatching*), экологического туризма, вело- и водного туризма по водно-болотным маршрутам, специфического фототуризма, квест-туризма, экстремального, в т.ч. болотного туризма.

4. Развитие болотного туризма в глазах респондентов. В рамках исследования среди респондентов был проведен опрос на основе интернет анкеты, позволивший получить ответ на главный вопрос: «Интересен ли болотный туризм для потенциальных туристов?» В опросе, проведенном в мае-июне 2020 года, приняло участие 143 человека в возрасте от 18 до 65 лет, из которых 50,4% – мужчины и 49,6% – женщины. Структура респондентов по виду деятельности представлена на рисунке 2.

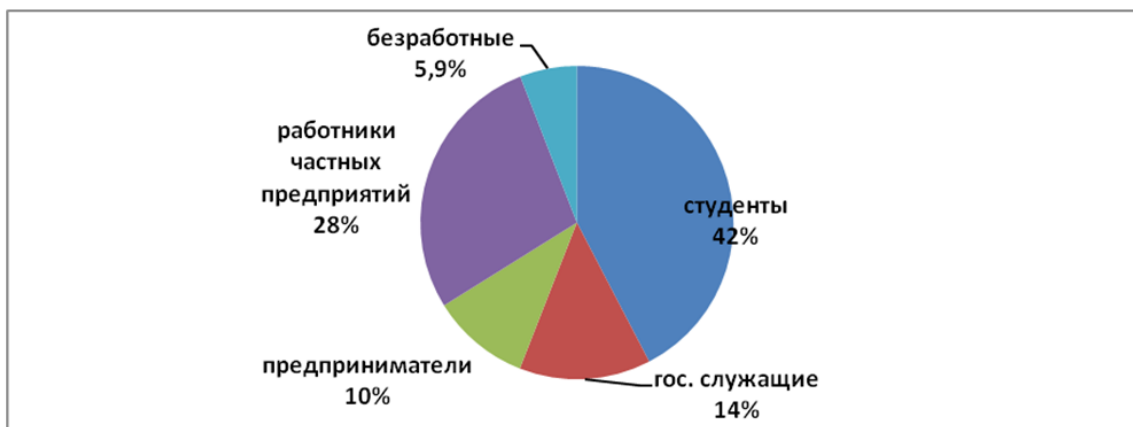


Рисунок 2 – Структура респондентов по виду деятельности
Источник: на основе собственных исследований

На вопрос: «Знаете ли Вы (слышали ли Вы) что-нибудь о болотном туризме?» – 57 % респондентов ответили: «Нет» (рис. 3).

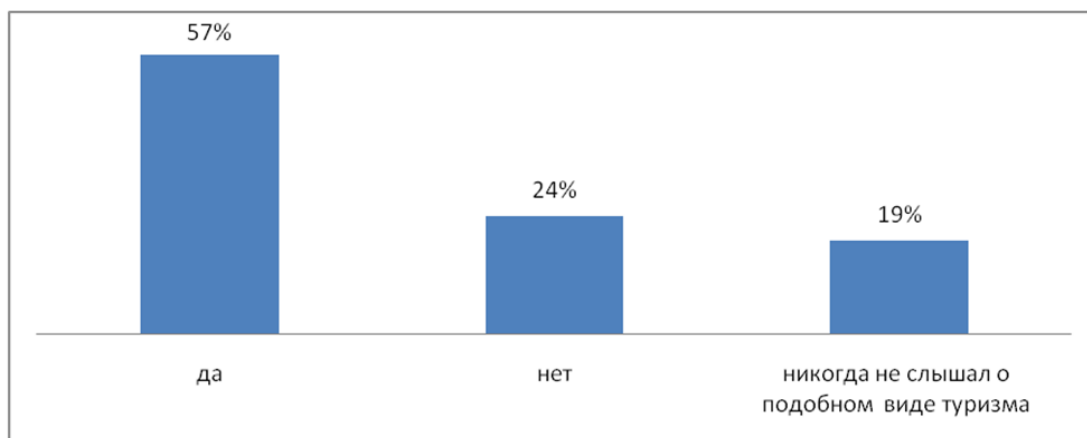


Рисунок 3 – Структура ответов респондентов на вопрос: «Знаете ли Вы (слышали ли Вы) что-нибудь о болотном туризме?»
Источник: на основе собственных исследований

Несмотря на значительное количество водно-болотных объектов на территории республики, многие из анкетированных даже не знают об их наличии. Наиболее узнаваемыми среди всех природных объектов является Припятский национальный парк (42,6%), а не слышали ни об одном из них 23,2% (таблица 1).

Таблица 1 – Узнаваемость национальных парков, заказников, резерватов, эко-маршрутов среди респондентов

Название	Всего	Название	Всего
Ландшафтный заказник «Ельня»	25,2%	Национальный парк «Припятский»	42,6%
Экологическая тропа «Озеравки»	2,6%	Заказник «Споровский»	8,7%
Заказник «Ольманские болота»	29,6%	Республиканский заказник «Званец»	5,2%
Республиканский ландшафтный заказник «Средняя Припять»	7,8%	Биосферный резерват «Прибужское Полесье»	23,1%
Ландшафтный заказник республиканского значения в Брестской области «Выгонощанское»	4,1%	Маршруты «По просторам Полесья»	6,2%
		Не слышал ни об одном	23,2%

Источник: на основе собственных исследований

Распределение ответов на вопросы: «Посещали ли вы вышеперечисленные объекты и с какой целью?» и «Хотели бы вы заняться болотным туризмом?» представлены на рисунке 4.

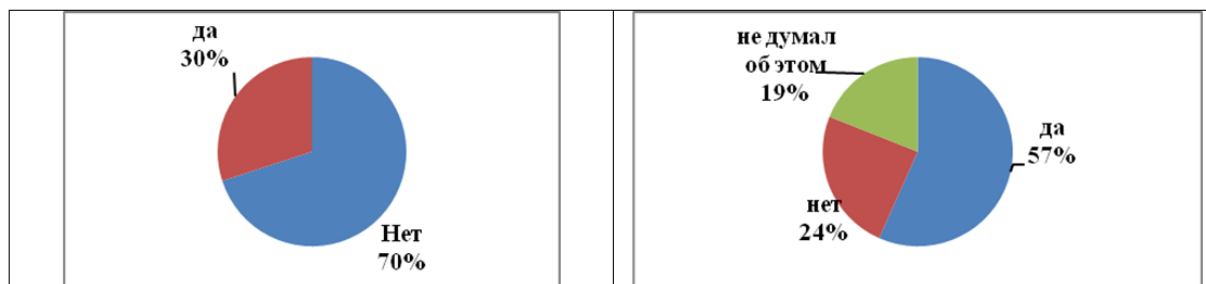


Рисунок 4 – Структура ответов на вопросы «Посещали ли вы вышеперечисленные объекты и с какой целью?» и «Хотели бы вы заняться болотным туризмом?»

Источник: на основе собственных исследований

Несмотря на то, что большинство анкетированных никогда не посещали представленные выше водно-болотные объекты, они хотели бы попробовать свои силы в болотном туризме и пройти по болотным маршрутам. Причем, как показали исследования, это должны быть не легкие маршруты вдоль берега, а именно болотная тропа, поход в рамках «экстрима», маршрут, позволяющий наблюдать за интересным для туриста животным миром.

Респонденты, относя болотный туризм к экстремальному, отметили следующие специфические черты:

- трудности при переходе болотных троп без специальной подготовки и гида - (44%);
- потребность в спецтехнике (обувь, шесты, одежда и др.) - (29%);
- возможность утонуть в болоте - (12%);
- природные условия (комары, мошки, болотные змеи и др.) - (16%).

Следует отметить, что любой поход по болотам требует определенных навыков и умения ориентироваться на болотной местности. Не все болота являются проходимыми и доступными для людей. Поэтому при формировании туристических маршрутов необходимо учитывать следующий комплекс проблем [11]:

- сложность преодоления болот вследствие труднопроходимой местности;
- высокая влажность и ядовитые испарения;
- засилье мошкары и гнуса;
- наличие опасных для жизни человека животных и земноводных, обитающих в болотной воде;
- дефицит воды, пригодной для питья, и сухих материалов для разведения костра;

- трудности с поиском и добычей пищи;
- сложность в нахождении пригодного для привала места.

Выбирая болото в качестве туристского маршрута, необходимо учитывать степень его проходимости (рис. 5).

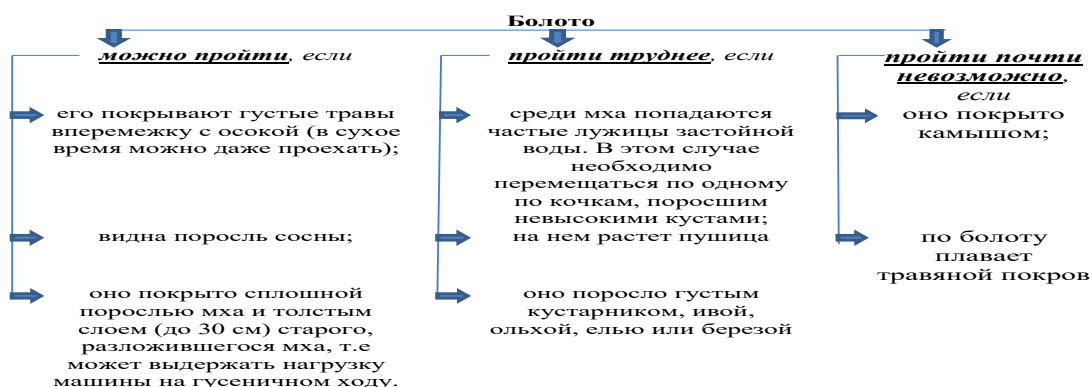


Рисунок 5 – Степень проходимости болот

Источник: [11]

При движении по болоту необходимо внимательно следить за направлением маршрута (категорически запрещается отклоняться в любую сторону от тропы) и осуществлять маркировку пути, которая послужит ориентиром на обратном пути. Особые требования предъявляются к одежде и обуви, а также снаряжению, необходимому для преодоления болот. Все это свидетельствует о высоком уровне риска туризма на болотах и позволяет отнести его экстремальному туризму.

Отвечая на вопрос: «Как вы думаете, в чем причина того, что болотный туризм не пользуется популярностью?» (рисунок 6), основная группа респондентов отметила отсутствие рекламы данного вида туризма как такового (именно поэтому многие из опрошенных не слышали о болотном туризме ранее).

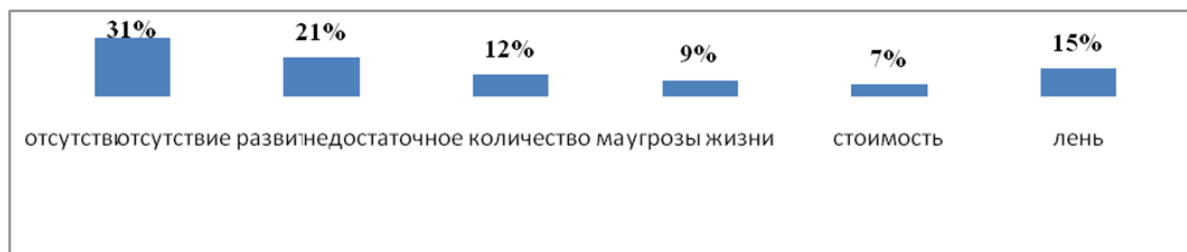


Рисунок 6 – Структура ответов респондентов на вопрос «Как вы думаете, в чем причина того, что болотный туризм не пользуется популярностью?»

Источник: на основе собственных исследований

Незначительная часть анкетированных (7%) к факторам, влияющим на низкую популярность туризма на болотах, отнесли стоимость экскурсий по болотам. Действительно, вход на территорию заповедников, заказников и т.п. часто является платным, что требует, например, от одной семьи из 4-х человек значительной (с точки зрения стандартной белорусской семьи) денежной суммы.

Следует отметить, что механизм охраны Рамсарских угодий в Беларуси определен законом. Вместе с тем, развитие болотного туризма на особо охраняемых природных территориях возможно и требует решения ряда организационных проблем с учетом следующих факторов:

1. Визового режима и условий пребывания иностранцев на приграничных территориях.
2. Отсутствия должного позиционирования и продвижения Беларуси как направления устойчивого туризма на международном рынке.
3. Отсутствие интереса со стороны государственных чиновников к устойчивому развитию, экотуризму и системным услугам.

4. Отсутствие гидов по устойчивому и экотуризму и системы сертификации. Отсутствие адекватной инфраструктуры.

5. Шансы и угрозы развития туризма на болотах в Республике Беларусь. Практика показывает, что главным условием развития нетрадиционных видов туризма, за исключением природно-географических предпосылок, является наличие развитой инфраструктуры, которой в определенной мере располагает республика (транспортные узлы, гостиничная база), что в перспективе делает возможным развитие такого направления нетрадиционного экстремального туризма, как туризм на болотах. Можно предположить, что основными потребителями данного вида туризма станут как граждане Беларуси, так и иностранные туристы. Вместе с тем, отсутствие соответствующей инфраструктуры, позволяющей реализовать потенциал водно-болотных угодий республики, значительно тормозит его развитие и может привести к полной потере конкурентоспособности страны на международной арене.

Обобщенная оценка шансов и угроз развития туризма на болотах в республике, выполненная на основе анализа SWOT, представлена в таблице 2.

Таблица 2 – SWOT-анализ развития туризма на болотах в Беларуси

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Самые большие водно-болотные угодья различного происхождения в Европе 2. Особо охраняемые природные территории (парки и заповедники и т.п.) 3. Разнообразие флоры и фауны болот 4. Границы со странами-членами ЕС 5. Развитая транспортная инфраструктура 6. Диверсифицированная ориентация хозяйств в районах с заболоченными участками 7. Знания и навыки местного населения 8. Дружелюбие местных жителей 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Восприимчивость природы к угрозам, связанным с присутствием туристов 2. Отсутствие специальных инвестиционных программ для сельских жителей, желающих начать деятельность в сфере альтернативного туризма 3. Слабое продвижение туристических продуктов на рынке 4. Отсутствие на болотах специальной инфраструктуры 5. Отсутствие соответствующей инфраструктуры в сельской местности, необходимой для размещения экстремальных туристов 6. Восприятие болота как «угрозы»
Шансы	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Защита водно-болотных угодий как поглотителей парниковых газов и хранилищ углекислого газа 2. Привлечение отечественных и иностранных туристов 3. Развитие малого бизнеса в сельской местности 4. Создание новых рабочих мест 5. Увеличение доходов местного населения 6. Использование торфяных болот для сбора ягод и лекарственных растений 7. Создание положительного туристического имиджа страны зарубежом 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Конкуренция со стороны туристских дестинаций с аналогичными природными ресурсами 2. Потеря туристического рынка из-за низкого уровня туристических услуг 3. Осушение уникальных болот для добычи торфа 4. Превращение заболоченных земель в солончаки в результате неоправданного осушения 5. Увеличение парникового эффекта за счет осушения заболоченных земель 6. Социально-экономическая и политическая дестабилизация в Беларуси

Источник: собственная разработка авторов

Можно предположить, что знание потенциальных шансов и угроз, связанных с развитием туризма на болотах, позволит минимизировать риски развития данного вида туризма в Беларуси, укрепить его сильные стороны, т.е. в конечном счете повысить привлекательность для потенциальных туристов.

Заключение. Богатство флоры и фауны, сохранность естественных ландшафтов Беларуси являются предпосылками развития экологического туризма, в том числе и такой его нетрадиционной формы, как туризм на болотах, который можно отнести и к экстремальному туризму и к экотуризму. Вместе с тем развивать туризм на болотах необходимо очень осторожно, ориентируясь на стратегию устойчивого развития, стремясь не нарушить природного равновесия. В комплекс мероприятий при организации туризма на болотах необходимо включить семинары и тренинги эколого-просветительской направленности, туристические эстафеты, мастер-классы по выживанию в экстремальных условиях. Самое важное – потенциальный турист должен стать составляющей частью природы, а не выступать как потребитель и разрушитель.

Литература

1. Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry, 2008. Повестка дня на XXI век для индустрии путешествий и туризма (английская версия) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19971806845>. – Дата доступа: 01.10.2020.
2. Саак, А. Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): учебное пособие / А. Э. Саак, М. В. Якименко. – СПб, 2008. – 432 с.
3. Bezbolot.net организует первый в Беларуси фестиваль творческих практик на болотах Полесья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bahna.land/ru/bolota/bezbolot-net-organizует-pervyj-v-belarusi-festival-tvorcheskikh-praktik-na-bolotakh-polesya>. – Дата доступа: 25.09.2020.
4. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 томах (82 т. и 4 доп.) (1890-1907). – СПб.
5. Щукин, И.С. Четырёхязычный энциклопедический словарь терминов по физической географии / И.С. Щукин. – Москва: Советская энциклопедия, 1980. – 703 с.
6. Halavach E., Rubakhau A. Стратегический анализ развития агротуризма в Республике Беларусь, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*, Nr. 92, Seria: Administracja i Zarządzanie (19) 2012, s. 51-67
7. География международного туризма. Страны СНГ и Балтии: учеб. пособие / Л.М. Гайдукевич [и др.]; под общ. ред. Л.М. Гайдукевича. – Минск: Аверсэв, 2004. – 252 с.
8. Статистический бюллетень развития туризма, деятельности туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2019 год. – Минск, 2020. – 47 с.
9. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник. Нац. Стат. Ком. Респ. Бел. – Минск, 2013. – 30 с.
10. Отдых в Беларуси. © 2001–2020 Holiday.by. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://by.holiday.by>. – Дата доступа: 20.08.2020.
11. Halavach E., Rubakhau A. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА БОЛОТАХ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ – ШАНСЫ И УГРОЗЫ, в Zalech M, Godlewski G, *Turystyka kontrowersyjna na współczesnym rynku podróży - formy, uwarunkowania, skutki*. – BiałaPodlaska, 2015.
12. Казулін, А.В. Treasures of Belarusian Nature: Тэрыторыі, якія маюць міжнар. значэнне для захавання біяразнастайнасці / А.В. Казулін (і інш.). – Минск: Издательство Беларусь, 2005. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://natbookcat.org.by/isgbi/marcview.do?id=271738&position=5>. Дата доступа: 05.11.2020.
13. Болота. Преодоление болот. Техника безопасности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bezpalki.ru/bolota-preodolenie-bolot-tekhnika-bez/>. – Дата доступа: 11.09.2020.
14. Порядок преодоления болот на маршруте, способы определения проходимости сплошного торфяного болота [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://by.holiday.by>. – Дата доступа: 15.10.2020.

К.В. Дейнека, Г.Т. Медведева
УО БрГТУ, Брест, Беларусь

K.V. Deineka, G.T. Medvedeva
BSTU, Brest, Belarus

РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ЗАПАДНОЙ БЕЛАРУСИ

DEVELOPMENT OF CULTURAL AND HISTORICAL TOURISM IN WESTERN BELARUS

В данной статье перечислены наиболее известные туристические объекты Западной Беларуси, дана оценка отечественному туристическому рынку, а также описаны предложения по его совершенствованию в рамках выбранного региона.

This article lists the most famous tourist sites in Western Belarus, assesses the domestic tourist market, and also describes proposals for its improvement within the selected region.

Республика Беларусь обладает достаточно богатым историко-культурным наследием и, соответственно, колоссальным туристическим потенциалом. Несмотря на то, что на территории страны на протяжении столетий велись постоянные войны и бесчисленное множество архитектурных, культурных и прочих знаковых объектов были утрачены навсегда, Беларусь обладает огромным потенциалом для привлечения как иностранных, так и отечественных туристов.

Объект исследования – Западная Беларусь (территориально Брестская, Гродненская области и некоторые районы Минской и Витебской областей). Данный регион был выбран по следующим причинам:

1) является более богатым по сравнению с Восточной Беларусью в плане количества культурно-исторических объектов;

2) на территории региона находятся 4 объекта, включенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО в Республике Беларусь;

3) город Гродно – единственный город страны, где сохранились в значительном количестве архитектурные объекты со времен Речи Посполитой (старый город сохранился полностью);

4) на территории региона находится знаковый исторический объект для туристов из стран СНГ, а также некоторых стран ЕС – Мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой»;

5) туристическая инфраструктура в западной части страны более развита и, соответственно, регион более притягателен для туристов;

6) регион интересен и удобен в плане местоположения для туристов из стран ЕС (Польша, Литва и др.), а также из Украины;

7) на территории региона находятся десятки костелов и церквей XVI-XIX веков.

Историко-культурное наследие Западной Беларуси включает:

1) замки и дворцы;

2) храмовая архитектура (костелы, церкви и прочие храмы);

3) музеи и усадьбы.

Рассмотрим наиболее знаменитые и посещаемые историко-культурные объекты Западной Беларуси:

1. Брестская крепость (рис. 1).



Рисунок 1 – Брестская крепость

Крепость находится в черте города на границе с Польшей. После Ноябрьского восстания 1830-1831 годов перед правительством Российской Империи остро стал вопрос о необходимости создания форпоста на западных границах империи, чтобы усмирить национально-освободительное движение на землях бывшей Речи Посполитой. Так было принято решение о строительстве крепости 1 класса в городе Бресте. Старый город был разрушен до основания и на его обломках в 1833 году началось строительство крепости. В 1842 году основные строительные работы были завершены.

Однако первый свой бой крепость приняла почти спустя 80 лет: только в 1920 году во время советско-польской войны. В дальнейшем тучи сгущались над крепостью трижды: в 1939 году (оборонялись польские солдаты), в 1941 (защищались части Красной Армии) и в 1944 (на этот раз приняли бой солдаты Вермахта).

На сегодняшний день Брестская крепость является Мемориальным комплексом, принимая в год порядка полумиллиона туристов.

2. Дворец Пусловских (рис. 2).

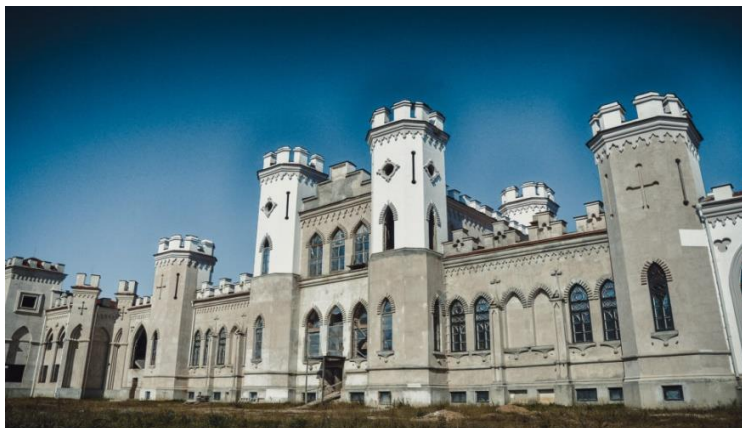


Рисунок 2 – Дворец Пусловских

Также известен как Коссовский замок. Дворец расположен в Ивацевичском районе Брестской области (Коссово). Построен в архитектурном стиле неоготики в 1838 году Казимиром Пусловским. Рядом располагается усадьба, где родился и некоторое время жил генерал Тадеуш Костюшко, национальный герой Речи Посполитой, предводитель восстания косинеров 1794 года.

Во время Первой мировой войны дворец подвергся частичному разрушению и разграблению. В 1944 году, уже во время Второй мировой войны, из-за большого пожара были уничтожены все помещения, а также декоративная отделка. На сегодняшний день активно проводятся реконструкционные работы, завершение которых планируется к 2023 году.

3. Мирский замок (рис. 3).



Рисунок 3 – Мирский замок

Замково-парковый комплекс «Мир» является выдающимся памятником готической архитектуры XVI века, включен с 2000 года в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Считается, что строительство замка началось в 1522 году и продолжалось до начала XVII века. Тяжелым бременем для Мирского замка оказалась бесчисленная череда войн XVII (русско-польская 1654-1667 гг.) и XVIII века (русско-шведская 1700-1721 гг.), восстание 1794 года. Войны XX века также оказали далеко не самое положительное влияние на состояние замкового комплекса. Реконструкционные работы начались в 1980-х годах. Мирский замок ежегодно посещают порядка 400 тысяч туристов из Беларуси, России, Украины и стран ЕС.

4. Лидский замок (рис. 4).



Рисунок 4 – Лидский замок

Лидский замок был построен в 1323 году в городе Лида по поручению князя ВКЛ Гедимины. Основной причиной строительства замка была нестихающая угроза со стороны крестоносцев. Так Лидский замок стал опорной точкой в линии защиты против прибалтийских врагов. На протяжении последующих столетий многократно подвергался осадам, разрушению и разграблению. Только в 20-х годах XX века начались первые реставрационные работы. В 1983 году реставрационные работы продолжились, закончившись в начале 2000-х годов. Ежегодно замок посещают до 100 тысяч туристов.

5. Несвижский замок (рис. 5).



Рисунок 5 – Несвижский замок

Дворцово-замковый комплекс является памятником архитектуры XVI-XVIII веков. С 2005 года замок был включен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Строительство началось в 1583 году Радзивиллом Сироткой. Архитектурный стиль: барокко. Во время русско-польской войны 1654-1667 гг. замок подвергался штурму, однако осаду выдержал. В дальнейшем замок участвовал в разных военных конфликтах. С середины 2000-х годов был проведен ряд реконструкционных и реставрационных работ. Ежегодно дворцово-замковый комплекс принимает более 400 тысяч посетителей.

Также на территории региона находятся множество костелов, церквей, усадеб выдающихся белорусских исторических деятелей, а также музеев.

При изучении туристического рынка региона было выявлено, что туристический потенциал культурно-исторических объектов Западной Беларуси используется не в полной степени, поскольку с точки зрения маркетинга местные экскурсии, предлагаемые администрацией музеев, замковых комплексов и прочих объектов не пользуются спросом.

В стране действует большое количество туристических контор с достаточно широким выбором туристических маршрутов на национальном рынке, однако работа музеев, администрации историко-культурных объектов на местах оставляет желать лучшего: отсутствуют эксклюзивные, необычные и инновационные предложения.

В регионе находятся сотни знаковых, исторически значимых культурных объектов, однако проблема заключается в том, что отсутствует «правильная подача» всех их преимуществ потенциальному клиенту. Отечественному туризму не хватает грамотного маркетинга (организация интересных приключенческих игр, нестандартных направлений маршрутов, различных исторических реконструкций и т.п.).

Рассмотрим статистику туризма Брестской области. Динамику развития туристической отрасли можно оценить численностью туристических посещений и экспортом туристических услуг. Согласно данным, размещенным на интернет-сайте управления спорта и туризма Брестского облисполкома, в 2019 году Брестская область приняла 1332648 туристов, что на 11,5 % больше, чем за 2018 год.

Въездной туризм составил 280277 иностранных туристов (рост на 8,9% по сравнению с 2018 годом). Отмечается, что произошло увеличение туристического потока из стран ЕС (в большей степени из Польши и Литвы). Внутренний туризм (в пределах области) составил 1052371 человек (рост на 12,2 % по сравнению с предыдущим годом).

Экспорт туристических услуг в Брестской области достиг значения 16,8 млн. долларов США с темпом прироста на 12,3% к уровню предыдущего периода. Отмечается также увеличение удельного веса экспорта туристических услуг в общем объеме экспорта услуг Брестской области на 0,5% (рост с 2,9% до 3,4 % за год).

Таким образом, стоит отметить, что хотя динамика развития туризма остается положительной, региональный рынок туризма недостаточно развит и нуждается в существенных преобразованиях.

Мои предложения в области совершенствования и развития культурно-исторического туризма на примере Брестской крепости (многие параметры и аспекты будут также применимы и к остальным туристическим объектам региона):

1) открытие музея Великой Отечественной Войны, включающего танки, бронемашину, авиацию и артиллерию, а также локации повседневного быта солдат;

2) исторические реконструкции:

а) историческая реконструкция «фестиваль разных эпох» (в течение определенного промежутка времени сотрудники комплекса, привлеченные общественные организации, члены реконструкторских клубов и актеры на одной локации в хронологическом порядке изображают жизнь города и его жителей во время определенного исторического периода: сцены из жизни крестьянина в XIV веке, воссоздание военного лагеря войск ВКЛ);

б) историческая реконструкция (с возможным участием небольшой группы туристов за отдельную плату) на тему сопротивления защитников крепости немецким интервентам;

в) реконструкция (с возможным участием небольшой группы туристов за отдельную плату) одного дня из жизни красноармейца в крепости в период с 1940 по лето 1941 года;

3) открытие местного страйкбольного клуба;

4) организация экскурсии по периметру литерного фортового пояса Брестской крепости на военной технике довоенного (до 1939 года) и военного (1939-1945 гг.) периода;

5) организация конных прогулок в районе крепости;

6) открытие музея средневековой истории и истории Нового Времени;

7) открытие музея периода Второй Речи Посполитой (1921-1939 гг.);

8) открытие музея периода Российской Империи (1842-1915 гг.);

9) приглашение и работа с различными отечественными и иностранными реконструкторскими клубами для организации регулярных постановок различных баталлий;

10) открытие музея, посвященному Брестскому монетному двору (действовал в период с декабря 1665 года по декабрь 1666 года), продажа имитационных монет туристам в качестве сувениров;

11) активное внедрение технологий QR-кодирования:

а) размещение на стендах около различных архитектурных сооружений QR-кодов для более детального изучения объектов;

б) организация различных приключенческих игр и соревнований при помощи технологий QR-кодирования;

в) с помощью QR-кодов туристы смогут увидеть, как определенное архитектурное сооружение выглядело раньше (особенно актуально, когда от здания остался только фундамент);

г) QR-код показывает туристу определенные моменты из жизни защитников крепости, переносит к различным историческим справкам и видео для полной визуализации событий обороны крепости в июне 1941 года.

Внедрение администрацией культурно-исторического объекта вышеперечисленных предложений в реальность позволит:

1. Существенно максимизировать прибыль (за счет данных нововведений в крепости также появится множество новых рабочих мест).
2. Завоевать новые рыночные сегменты (изменения привлекут большее количество как иностранных, так и отечественных туристов).
3. Повысить имидж как самого исторического объекта, так и всей туристической отрасли страны в целом.

Литература

1. Статистика туризма по Брестской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brest-region.gov.by/index.php/obshchestvo/k-edinomu-dnyu-informirovaniya/10675-mart-2020-transportnyj-kompleks-respubliki-belarus-sostoyanie-i-perspektivy-ego-razvitiya>. – Дата доступа: 19.11.2020

Е.Ю. Дядюк

студентка 2 курса факультета экономики и финансов,
Полесский государственный университет
Научный руководитель – Е.Е. Козловская,

ДИСТАНЦИОННОЕ БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Полесский государственный университет
Dyadyuk Ekaterina Yurievna, 2nd year student of the Faculty of Economics and Finance,
Polessky State University, Katherina Dyadyuk@mail.ru
Scientific adviser – Evgeniya Evgenievna Kozlovskaya,

Аннотация. Данная статья посвящена изучению теоретических аспектов дистанционного банковского обслуживания, исследованию системы дистанционного банковского обслуживания как основного канала сбыта банковских продуктов.

Resume: This article is devoted to the study of theoretical aspects remote banking, study of the remote banking system as the main channel for the sale of banking products.

Согласно стратегии развития банковского сектора экономики Республики Беларусь на 2017-2020 гг. применение информационных технологий в данной сфере деятельности становится одним из главных направлений развития банков, определяющих качество и надежность предоставляемых ими услуг. Поэтому проблемы, возникающие при внедрении дистанционных банковских сервисов, имеют столь большую актуальность для банков Беларуси.

Оптимизация процессов расчетно-кассового обслуживания в значительной степени зависит от развития дистанционного банковского обслуживания. В условиях обострения конкуренции между участниками рынка финансовых услуг необходимо применять новые способы формирования конкурентных преимуществ и повышения эффективности деятельности банка. Наиболее эффективной технологией, которой могут воспользоваться банки в конкурентной борьбе, является внедрение различных форм дистанционного банковского обслуживания юридических и физических лиц. Используя сервисы ДБО, клиенты получают возможность осуществлять большую часть операций без посещения офиса банка, что способствует сокращению времени, а также имеют сниженные комиссии за проведение транзакций.

Участники рынка отмечают, что несколько лет назад для клиента был важен контакт с сотрудником банка, который проводил операции по его счету. В настоящее время наибольшее значение получают удобный интерфейс системы удаленного доступа и скорость передачи данных. Личный контакт клиента с банком сократился до минимума.

Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) – общий термин для технологий предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удаленным образом (т. е. без его визита в банк), чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей [1].

На сегодняшний день банки предлагают достаточно широкий спектр услуг, объединённых общим термином – дистанционное банковское обслуживание (ДБО). Это технологии предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удаленным образом. Существуют следующие виды ДБО: телефонный банкинг (call-центры), РС-банкинг (Клиент-банк), интернет-банкинг, мобильный банкинг, SMS- банкинг, USSD-банкинг, ТВ-банкинг, сервисы с использованием банкоматов, инфокиосков, терминалов.

Актуальность рассматриваемой темы определяется тем, что в век информационных технологий традиционный канал продаж утрачивает свою актуальность. От качества и разнообразия банковских услуг зависит состояние экономики в целом, степень удовлетворенности клиента в частности и, как следствие, уровень дохода самого банка. В связи с этим использование систем дистанционного банковского обслуживания стало незаменимо.

В настоящее время услуги ДБО оказывают 24 банка, все они предоставляют услуги Интернет-банкинга, 13 банков – мобильного банкинга, 10 – SMS-банкинга. Населению предоставлена возможность оплаты товаров, работ, услуг в безналичном порядке через единое расчетное и информационное пространство (ЕРИП) [2].

В настоящее время наиболее востребованный и распространенный вид ДБО в мире – интернет-банкинг. В этом можно убедиться, посмотрев на рисунок 1. В странах ЕС число пользователей данной услуги приближается к 30 % при общем количестве пользователей услуг банков в 98%.

Анализ используемых банками каналов обслуживания физических лиц показал, что все еще наибольшее предпочтение население отдает совершению операций в отделениях (филиалах, РКЦ, ЦБУ) банков, нежели посредством использования дистанционных каналов обслуживания. Таким образом совершается 61% всех операций, что, однако, ниже уровня 2017 г. (рисунок 1).

Банками Республики Беларусь предоставляются возможности для использования систем ДБО для физических и юридических лиц. На рисунке 1 представлено изменение количества физических лиц, являющихся пользователями системы ДБО за период 01.10.2017 – 01.07.2019.

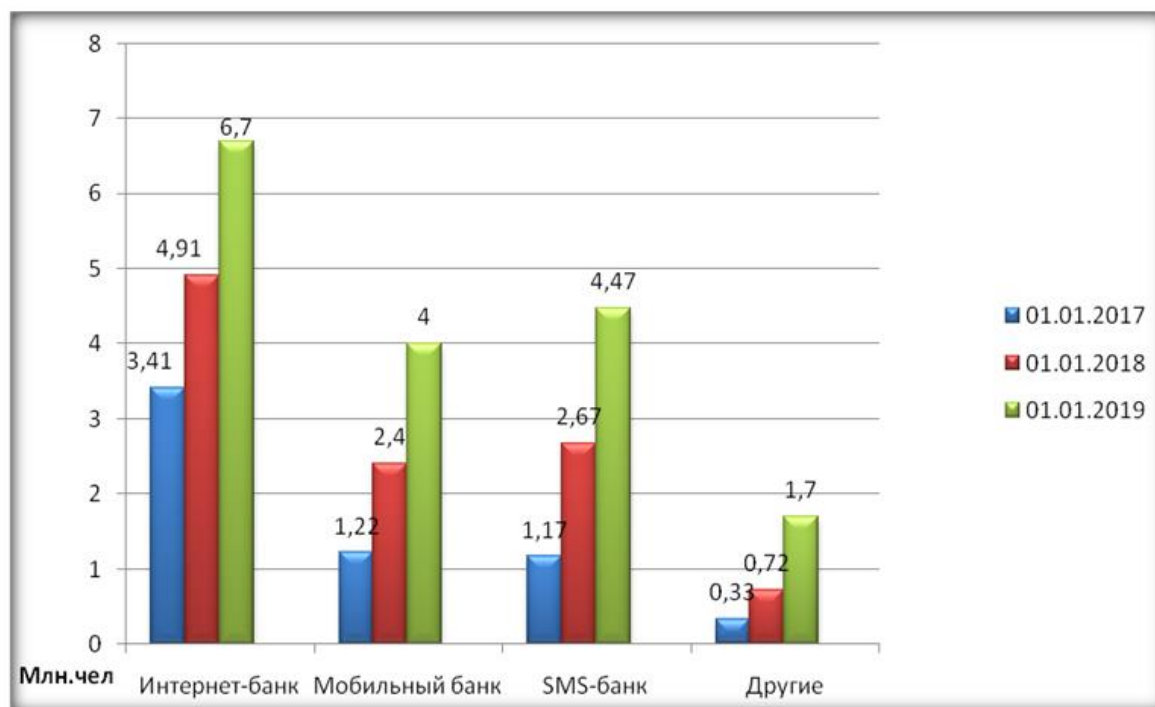


Рисунок 1 – Динамика количества физических лиц, являющихся пользователями системы ДБО за период 01.10.2015 – 01.01.2017, млн. чел.
Примечание. – Источник: собственная разработка на основании [3;4]

Данные рисунка 1 свидетельствуют о том, что наиболее популярным основным каналом ДБО для физических лиц как в 2017, так и в 2019 является канал – Интернет-банкинг: на 1 июля 2019 г. насчитывалось 6,7 млн пользователей. В мобильном банкинге за первое полугодие количество пользователей выросло почти в 2 раза до более 4 млн. Количество пользователей Интернет-банкинга за период 01.10.2017 - 01.01.2018 гг. увеличилось на 1500 тыс. или на 43,9 %. А за период 01.01.2018 – 01.07.2019 увеличилось на 1790 тыс. или на 36,5 %.

Меньшее количество физических лиц использует другие каналы, которые, в отличие от интернет-банкинга и мобильного банкинга, имеет тенденцию к снижению.

На рисунке 2 представлена динамика изменения количества юридических лиц, являющихся пользователями СДБО за период 01.01.2017 – 01.07.2019.

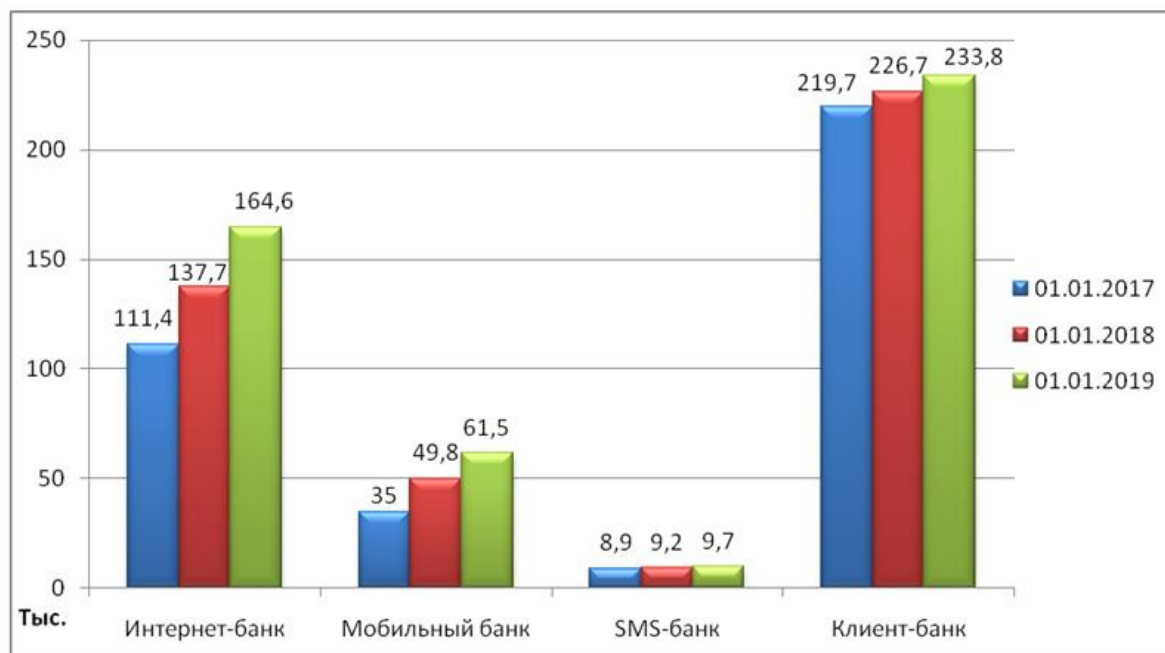


Рисунок 2 – Динамика количества юридических лиц, являющихся пользователями СДБО за период 01.01.2017 – 01.07.2019., тыс. организаций
Примечание. – Источник: собственная разработка на основании [3;4]

Согласно данным рисунка 2, по количеству пользователей лидирует система «Клиент-банк». Количество пользователей системой «Клиент-банка» за период 01.01.2017-01.01.2018 увеличилось на 7 тыс. или на 3,2 %. А за период 01.01.2018-01.07.2019 увеличилось на 7,1 тыс. или на 3,1 %.

В течение данного периода также наблюдается большой прирост пользователей Интернет- и мобильного банкинга. Он связан с тем, что банки оптимизируют свои расходы, постепенно отказываясь от системы Клиент-банк и перенаправляют своих клиентов на более эффективные с точки зрения издержек каналы СДБО.

В целом динамика количества показателей свидетельствует о повышении интереса клиентов к использованию СДБО. В Республике Беларусь осуществляется ряд мероприятий, направленных на стимулирование использования цифрового банкинга. Один из примеров: развитие бесконтактных технологий, происходит постепенный переход на карты с поддержкой технологии EMV, взимание комиссии за прием некоторых платежей наличными в кассах банков. Так же обновляется парк платежных терминалов. Развиваются системы дистанционного банковского обслуживания: на сегодня физическим лицам удаленно доступны 73% банковских продуктов и услуг, для юридических лиц - 70% и их количество постоянно увеличивается.

Так же в Беларуси расширяется функционал системы мгновенных платежей для юридических лиц. Система находится в эксплуатации с 1 июля 2019 г. В ней принимает участие 11 банков.

Преимущества использования дистанционного банковского обслуживания для клиентов	Преимущества использования дистанционного обслуживания для коммерческого банка	Недостатки использования дистанционного банковского обслуживания
Удобство пользования услугами банка удаленно	Выгода заключается в том, что расходы на обслуживание клиентов в офисах больше, чем при дистанционном обслуживании	Низкая квалификация клиентов, а так же недоверие к удаленному обслуживанию
Нет необходимости посещать отделение банка, а так же терять время в очереди	Доступность банковских услуг в любое время и в любом месте	Сбои в работе программы, временная недоступность информации и т.д.
Оперативность	Понижения риска ошибок при совершении банковских операций	Незащищенность клиентов
Оплата, а так же иные расчеты с помощью дистанционных систем, происходит в очень короткие промежутки времени, а иногда и вовсе моментально	Улучшение качества обслуживания клиентов, а так же оптимизация времени обслуживания	Не все банковские операции подлежат осуществления 24 часа в сутки, некоторые из них требуют большего контроля
Зачастую тарифы такого обслуживания значительно ниже тарифов на выполнение тех же операций, только непосредственно в банке	Предоставление клиенту больше информации, касающейся сделок, информации по счетам, о новых продуктах и услугах и т.д	
Обслуживание в режиме 24/7		
Выгода		

Согласно данным исследования можно сделать вывод, что система дистанционного банковского обслуживания с каждым годом развивается всё больше.

За анализируемый период основным каналом ДБО для физических лиц как в 2017, так и в 2019 является Интернет-банкинг. Меньшее количество физических лиц имеют другие каналы. Среди юридических лиц лидирует система «Клиент-банк». Однако банки, оптимизируя свои расходы, постепенно отказываются от системы Клиент-банк и перенаправляют своих клиентов на более эффективные с точки зрения издержек каналы СДБО.

Таким образом, на сегодняшний день белорусские банки предоставляют практически все виды услуг ДБО, хотя некоторые из них находятся на стадии внедрения, что связано с рядом проблем: недостаточное информирование потенциальных пользователей, их опасения по поводу безопасности данных услуг, недостаточная прибыльность маркетинговых стратегий по внедрению ДБО. Банки активнее начали развивать новые банковские продукты на базе мобильных приложений. С помощью мобильных приложений в настоящее время можно удаленно открывать счета, совершать денежные переводы, объединить в один аккаунт все банковские карты клиента, выданные любым банком и управлять ими со смартфона.

Для более эффективного развития рынка дистанционных банковских услуг необходимо провести ряд мер: повысить цифровую и финансовую грамотность населения, предоставить скидки при осуществлении безналичных розничных платежей, обеспечить достаточный уровень информированности населения о преимуществах данного вида услуг.

Литература

1. Антонов, К.А. Экономическая эффективность внедрения и использования систем дистанционного банковского обслуживания в российских банках / К.А. Антонов // Банковская деятельность: услуги – 2011. - №6. – С. 27-32.

2. Государственная программа развития в Республике Беларусь системы безналичных расчетов по розничным платежам с использованием современных электронных платежных инструментов и средств платежа на 2012 – 2015 годы // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Мн., 2012.

3. Стратегия развития цифрового банкинга в Республике Беларусь на 2016-2020 годы, утверждена Указом Президента Республики Беларусь от 13 июня 2001 г. № 320 [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/-Legislation/documents/DigitalBankingStrategy2020.pdf>. - Дата доступа: 16.11.2020.

4. Стратегия развития финансового рынка Республики Беларусь до 2020 года, утверждена Постановлением Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь 29.03.2017 № 229/6 [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/finsector/P229_6.pdf. – Дата доступа: 16.11.2020.

В.К. Егорова

Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь

V.C. Egorova

Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Republic of Belarus

ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БЕЛАРУСИ В КОНТЕКСТЕ ЕВРОПЕЙСКОГО ИННОВАЦИОННОГО ТАБЛО

DYNAMICS OF INDICATORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF BELARUS IN THE CONTEXT OF THE EUROPEAN INNOVATION SCORE

Инновационное развитие страны оценка их достижений в данном направлении имеют важное значение. Сравнение с индикаторами Европейского инновационного табло (EIS) показателей инновационного развития Беларуси позволяет проводить оценку ежегодных результатов научных исследований, выявлять слабые стороны ее инновационной системы.

The innovative development of countries and the assessment of their achievements in this direction are important. Comparison with the indicators of the European Innovation Scoreboard (EIS) of the indicators of innovative development of Belarus makes it possible to assess the annual results of scientific research, to identify the weaknesses of its innovation system.

Используемая с 2001 г. система показателей инновационного развития стран-членов ЕС известна в Беларуси как Европейское инновационное табло (EIS). Эта система рассчитывает средний индекс инновационного развития стран-членов на основе двадцати семи показателей, распределяя страны по четырем группам: «инновационные лидеры» (120% от среднего показателя по ЕС), «сильные инноваторы» (90-120%), «средние» (50-90%) и «скромные инноваторы» (ниже 50%) [1].

Все показатели в Табло сгруппированы в четыре блока: базовые условия для инновационного развития страны; затраты на НИОКР и инвестиции, финансируемые государством или частным инвестором; инновационная деятельность предприятий; воздействие инновационной деятельности на занятость и экспорт.

Хотя Республика Беларусь не участвует в оценках Европейского инновационного табло, однако белорусские исследователи смогли на основе международных стандартов рассчитать некоторые показатели инновационного развития страны [2].

Таблица 1 – Отдельные показатели инновационного табло (EIS) по Республике Беларусь за 2014-2019 гг.

Основной тип/инновационные величины/показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
Инвестиции						
2.1.1 Доля расходов государственного сектора (включая сектор высшего образования) на НИОКР в ВВП, процентов	0,19	0,17	0,17	0,19	0,19	0,21
Инвестиции предприятий						
2.2.1 Доля расходов на НИОКР в коммерческом секторе в ВВП, процентов	0,31	0,33	0,34	0,40	0,42	0,38
2.2.3 Доля предприятий, предоставляющих обучение для развития или повышения навыков персонала в области ИКТ, процентов	6,3	6,4	6,0	6,0	7,3	...

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7
Инновационная деятельность						
3.1.1 Доля МСП ¹ , внедряющих продуктовые или процессные инновации, в общем числе МСП, процентов	3,93	3,49	2,97	3,04	3,48	3,86
3.1.2 Доля МСП, внедряющих маркетинговые или организационные инновации, в общем числе МСП, процентов	1,52	1,54	0,60	0,73	0,76	0,82
3.1.3 Доля МСП, осуществляющих внутренние инновации, в общем числе МСП, процентов	4,7	4,41	3,41	3,55	4,02	3,52
Влияние на занятость						
4.1.1 Доля занятости в наукоемких видах деятельности (производство и услуги) к общей занятости, процентов (на конец года)	28,47	28,49	32,26	35,26	35,41	36,04
Влияние на торговлю						
4.2.1 Доля экспорта средне- и высокотехнологичных товаров в общем объеме экспорта товаров, процентов	–	30,3	32,7	30,5	30,9	32,1
4.2.2 Доля экспорта наукоемких услуг в общем объеме экспорта услуг, процентов	26,6	33,4	34,9	37,0	42,6	47,5
4.2.3 Продажа новых для рынка и новых для фирмы инноваций в общем товарообороте, процентов	17,45	12,34	15,27	16,24	17,25	15,27

¹ МСП – малое и среднее предпринимательство.

Составлено автором на основе источников [3]

Относительно благополучно в Табло оцениваются базовые условия для инновационного развития в Беларуси: способность кадрового потенциала к восприятию инноваций, уровень образования кадров, государственной поддержки исследований и инновационной деятельности. Однако затраты на исследования, разработки и инновации, усилия фирм в области инновационного сотрудничества, а также экономические эффекты от инновационной деятельности оставляют желать лучшего [2].

Как показывают данные, восприимчивость субъектов хозяйствования к инновациям всех типов – технологическим, организационным, маркетинговым – остается низкой, что видно из данных таблицы. Нельзя не обратить внимания на удельный вес продукции, новой для мирового рынка в объеме отгруженной продукции, значение которого колеблется на протяжении 2014-2019 гг. Это объясняется тем, что наиболее доходный этап реализации инновационной продукции наступает через 3–4 года после завершения ее разработки, то есть когда продукция уже не относится к новой. Таким образом формируется проблема вывода нового продукта на рынок. Для того, чтобы вывести действительно новый продукт на рынок, предприятиям Республики Беларусь следует пересмотреть свои стратегии вывода и продвижения нового товара, также нужно постоянно работать с потребителем, с осторожностью относящимся к новым маркам и ассортиментным позициям новых брендов. Также можно обратить внимание на низкие темпы роста инновационной активности, которые объясняются не столько отсутствием инноваций как таковых, сколько нехваткой знаний в области управления инновационной деятельностью или недостаточной проработанностью организационного механизма инновационной деятельности.

На основе данных рисунка 1 можно заключить, что одной из главных проблем инновационного развития в Беларуси заключается в незначительном объеме финансирования НИОКР, низкой наукоемкости ВВП. Показательно, что индикатор наукоемкости ВВП за последние годы не поднимался выше 0,5-0,6 %, хотя еще в Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы он планировался на

уровне 2,5 %. К слову, в мире даже уровень в 2% считается критическим для экономической и научно-технической безопасности государства, оптимальным считается 3%. Для стран Европейского Союза он установлен как целевой [2].

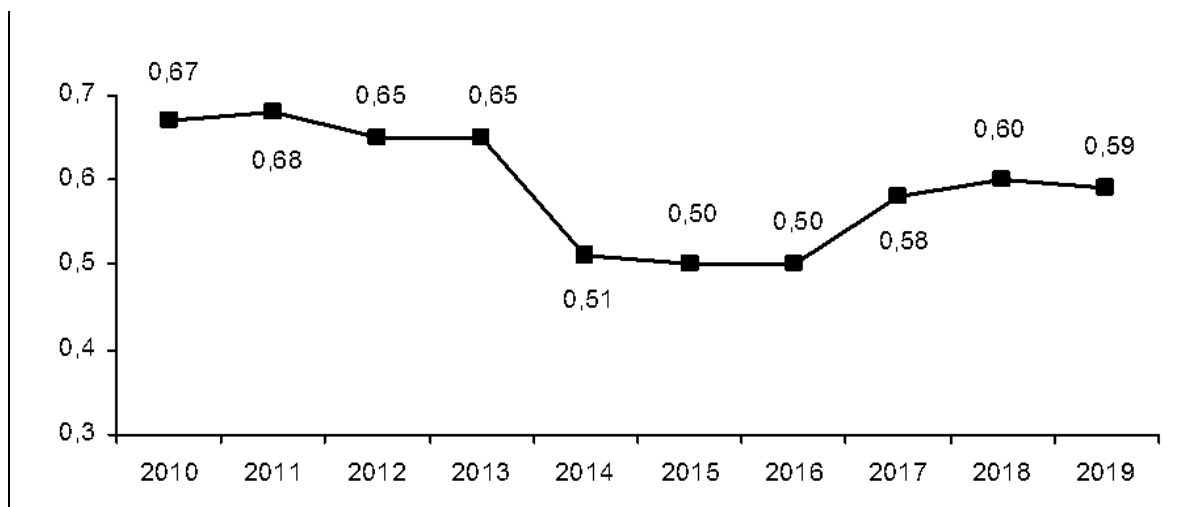


Рисунок 1 – Внутренние затраты на исследования и разработки (в процентах к ВВП)
Составлено автором на основе [3]

В отчетности Национального статистического комитета Республики Беларусь приводятся факторы, препятствующие развитию инновационно-инвестиционной деятельности промышленных предприятий:

1) Недостаток собственных денежных средств организаций промышленности. Во всем мире эта проблема решается с помощью механизмов венчурного финансирования.

2) Высокая стоимость нововведений не способствует развитию инновационной деятельности, высокий экономический риск и длительные сроки окупаемости инвестиционных проектов.

4) Низкий инновационный потенциал организаций промышленности. Одним из способов решения проблемы нехватки финансовых ресурсов является привлечение инвестиций. Однако практика показывает, что в последние годы всего около 13 % привлекаемых инвестиций используется в целях осуществления инноваций.

5) Нехватка квалифицированных специалистов и рабочей силы. На данный момент Республика Беларусь не имеет достаточного количества специалистов в области перспективного менеджмента, технологий, в научно-технической деятельности, специалистов в сфере био- и нанотехнологий. А те немногие специалисты, которые могли бы обеспечивать рост инновационной продукции, не имеют должного уровня не только финансирования, но и мощной современной материально-технической базы, следствием чего является «утечка умов».

6) Незрелость инфраструктуры инноваций как элемента управления инновационным процессом и незрелость рынка научно-технологических услуг. Полноценная инновационная инфраструктура должна включать правовую инфраструктуру, информационную инфраструктуру, специализированные инновационные центры и финансовые институты. В нашей стране рассматриваемые элементы инновационной среды сформированы только в некоторой части технопарков, инновационно-технологических центров, инновационно-технологических центров, инновационных бизнес-инкубаторов.

7) Значительная роль государственного регулирования научной и инновационной деятельности. Такой подход объясняется тем, что в трансформационный период государство контролирует практически весь научный потенциал, который финансируется преимущественно из бюджетных средств. Создание механизма государственно-частного партнерства позволит обеспечить эффективное сотрудничество между предприятиями частной формы собственности и государственными структурами для совместного проведения НИОКР, что позволит формировать в стране инновационную систему, равноценную мировым тенденциям

экономического развития и обеспечивающую эффективное взаимодействие государства и бизнеса на равноправной основе.

8) Незрелость институциональной среды. Институциональная среда позволяет воспроизводить уже существующие товары и технологии и создавать инновационные товары. Примерно около 80 % новой техники и технологий, создаваемых учеными и инженерами Беларуси, являются новыми для нашей страны, но не новыми на мировом рынке. Из 100 % новых технологий к новшествам относятся лишь 4 %, а 96 % – это новинки исключительно для нашей страны.

Подводя итог, можно сказать, что для изменения ситуации в стране и перехода на инновационный путь развития необходимо наличие нескольких факторов. Во-первых, это – научно-интеллектуальный и технологический потенциал, достаточный для запуска и последующего развития инновационного процесса. Во-вторых, постоянный рост количества участников инновационной деятельности. В-третьих, развитая система институтов, ориентированных на инновационное развитие, способных обеспечить эффективное взаимодействие всех участников инновационной деятельности. Наконец, в-четвертых, это – востребованность инноваций большинством хозяйствующих субъектов и физических лиц, объединенных в единой национальной инновационной системе.

Литература

1. Шелюбская, Н.В. Результаты Европейского инновационного Табло: диспропорции сохраняются. – ИМЭМО РАН, 15.08.2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imemo.ru/news/events/text/rezulytati-evropeyskogo-innovatsionnogo-tablo-2019-disproportsii-sohranyayutsya>. – Дата доступа: 19.11.2020.

2. Богдан, Н.И. Национальная инновационная система Беларуси в системе Европейских индикаторов инноваций / Н.И. Богдан // Белорусский экономический журнал. – 2019. – № 3. – С. 4-17. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bem.bseu.by/rus/archive/3.19/BEJ-3-2019_Bohdan.pdf. – Дата доступа: 19.11.2020.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/nauka-i-innovatsii/godovye-dannye/>. – Дата доступа: 19.11.2020.

Э.Э. Ермакова, А.А. Кацер

Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Республика Беларусь

E.E. Ermakova, A.A. Kazer

Brest State Technical University,
Brest, the Republic of Belarus

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF PROJECT MANAGEMENT

Аннотация. В статье рассмотрены исторические этапы, особенности и современные тенденции развития проектного управления. Анализируются отличительные особенности и тенденции развития современного проектного управления, основополагающие представления о закономерностях и принципах эффективного управления проектами.

Annotation. The article deals with the historical stages, features and modern trends in project management. The author analyzes the distinctive features and trends of modern project management, the fundamental ideas about the regularity and rules of effective project management.

Проектное управление – одно из современных направлений менеджмента, формирование которого с научной точки зрения относится к середине XX в. Однако сами проекты и управление ими существовали на протяжении всей истории развития человечества.

Специалисты утверждают, что человека создал не столько труд как таковой, сколько навыки и умения в сфере управления проектами от охоты на мамонта до создания семи чудес света и сети Интернет. Фактически воплощение любой идеи, так или иначе, сопровождалось реализацией проекта.

Великие исторические сооружения, созданные сотни и тысячи лет назад, потрясают наше воображение и сегодня. До наших дней сохранились результаты проектов Древности и Средневековья, такие как пирамиды Хеопса, Великая Китайская стена, Тадж-Махал, Колизей, собор Святого Петра и многие другие объекты, выступающие ярким образцом духовного и интеллектуального труда. Не менее ошеломляющим можно назвать такие проекты, как покорение космоса, создание ядерного потенциала и много другое.

До недавнего времени управление проектом считалось искусством. Во главе проектной команды стоял человек, обладающий талантом, знаниями, опытом и другими выдающимися способностями. Однако ускорение темпов развития научно-технического прогресса отразилось и на развитии научного подхода к процессам проектного управления.

История развития цивилизации подтверждает, что в основе научно-технического прогресса в отдельно взятой стране и в мире в целом находятся объекты, создаваемые интеллектуальным трудом человека. На протяжении всей истории человечества технические новинки обеспечивали прогресс цивилизации, изобретения и внедрение машин постепенно заменяли производственные функции человека [1].

Исходя из основных исторических этапов научно-технического преобразования общества и современных тенденций развития науки и техники, определяющих среду распространения новых технологий, выделим несколько этапов формирования и развития методологии проектного управления.

Первый этап характеризовался приобретением опыта в реализации проектов при крайне сложных обстоятельствах, минимальном наличии инструментов и низком уровне технического развития. К этому периоду относятся крупные и значимые сооружения древности, такие как египетские пирамиды, Великая Китайская стена.

На втором этапе происходило формирование базовых принципов и технологий в области управления проектами. Классики науки об организации производства А. Файоль, Ф. Тейлор и др. в XVIII-XIX вв. проработали практически все базовые инструменты управления функциональными и предметными областями проекта (сроки, стоимость, содержание, риски и др.).

Третий этап отмечен накоплением опыта, созданием систематизации отдельных элементов, разработкой понятийного аппарата в сфере управления проектами, определением целевого инструментария, способностью решать конкретные прикладные задачи. В этот период разработан метод критического пути, сформулирован системный подход к управлению проектами по стадиям его жизненного цикла, разработана целостная система материально-технического обеспечения и система сетевого планирования.

В 70-е гг. крупномасштабные проекты столкнулись с оппозицией защитников окружающей среды (атомные электростанции, транспортные сети, нефтегазовые проекты). Это послужило толчком для разработки внешнего окружения проектов, включения экономических, экологических, социальных и других факторов в процессы управления проектами [3].

В 80-е гг. развиваются методы управления проектами в строительстве с ориентацией на заказчика. В практику входят методы управления изменениями, развивается управление качеством [3].

Четвертый этап связан с изменениями в информационных и цифровых технологиях. Цифровая трансформация изменила возможности управления ресурсами проекта, открыла новые возможности управления проектами – планирование, составление графиков работ, контроль и анализ времени, стоимости, ресурсов.

Пятый этап характеризуется новыми подходами к управлению проектами. Появляются современные гибкие системы Agile, первоначально используемые в IT-отрасли. Согласно Agile-технологии проект разбивается на эффективно организованные и управляемые мини-проекты, которые по итогам их реализации объединяются в единый продукт. Применение Agile-методологии позволяет динамично организовывать проектное управление, постоянно адаптируя проект к новым требованиям и обстоятельствам.

Основные положения гибкой методологии были сформулированы в 2001 г. в Манифесте гибкой разработки программного обеспечения: люди и их взаимодействие важнее процессов и инструментов; готовый работающий продукт важнее исчерпывающей документации; сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта; готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану [2].

Основная идея всех гибких моделей заключается в возможности адаптации проекта к изменяющимся условиям внешних и внутренних факторов. Реализация проекта ориентируется на людей и их взаимодействие, а не процессы и средства. Очевидно, что сами по себе технологии Agile не являются панацеей в достижении высокого эффекта от реализации проекта, кроме того, некоторые принципы данной технологии абсолютно не подходят для некоторых проектов, например, проекты в строительстве. Но в сочетании с современными технологиями проектного менеджмента Agile-технологии могут послужить успешному завершению проекта.

Первые методики управления проектами появляются в США в 40-50-е гг. XX в. Широкое распространение стандартов началось в 60-70 гг. В России заметный интерес к проектному управлению появился в 2000-е гг. В Беларуси в 2018 г. принят и действует государственный стандарт по управлению инвестиционными проектами в строительстве. Документ предлагает использовать инструменты управления проектами, павильное применение которых способно повысить вероятность успешной реализации проектов. Единых международных стандартов пока не существует. Очевидно, что применение стандарта не гарантирует попадание в запланированные сроки, стоимость и показатели качества проекта, но дает возможность команде управления проектом по согласованию с заинтересованными сторонами проекта воспользоваться наработанными годами практиками и подсказывает лучшие инструменты управления проектами, что может положительно повлиять на ход реализации проекта.

Если мы говорим о проектных компаниях, то в первую очередь, это строительные организации, специалисты которых обладают необходимыми компетенциями. Традиционно проекты в таких организациях реализуются регулярно. Часто это типовые проекты, однако нельзя не отметить, что каждый проект уникален и неповторим. В этом случае мы можем говорить о хорошо налаженном процессе управления проектами. Сегодня мы можем наблюдать процесс реализации проектов практически в любой организации, но поскольку проекты в таких компаниях уникальны, редки или вообще носят разовый характер, сложность их реализации существенно выше.

Любой бизнес является сочетанием постоянно повторяющихся процессов и уникальных проектов. Процессы чаще всего относятся к повседневной операционной деятельности, а проект можно охарактеризовать как временное предприятие по созданию уникального продукта или услуги, имеющее ограничение по времени, бюджету и ресурсам.

Проект характеризуется рядом признаков:

- целенаправленность, предполагающая направленность проекта на достижение конкретных целей, определенных результатов;
- сложность, учитывающая координированное выполнение многочисленных, взаимосвязанных, сложных действий, в управлении и реализации которых участвуют специалисты различного профиля и многие подразделения предприятия, или нескольких предприятий;
- уникальность предусматривает, что каждый проект является неповторимым и однократным. Чем выше уровень уникальности проекта, тем выше сложность планирования и управления им;
- временная ограниченность четко определяет начало и конец реализации проекта;
- результативность обеспечивает получение определенных результатов по окончании реализации проекта.

Критерии успешности проекта ограничиваются условным «проектным треугольником», стороны которого характеризуют выполнение проекта в соответствии с требованиями по содержанию, по времени и в пределах бюджета. Для бюджета в равной степени важны все три элемента, но, как правило, только один из них в зависимости от приоритетов имеет наибольшее влияние на другие. Если в проекте ключевой фактор – сроки, придется жертвовать двумя остальными. Чтобы сократить время, потребуется увеличить стоимость

проекта или сократить его содержание. При снижении финансирования, возможно, понадобится уменьшить объем работ. Увеличение объема работ увеличивает стоимость проекта и сдвигает сроки сдачи. Четвертый элемент «проектного треугольника» – качество, на которое отражаются любые изменения.

Поскольку каждый проект уникален, степень риска в процессе его реализации достаточно высока. Как правило, в случае возникновения риска почти всегда стоимость проекта увеличивается и происходит задержка в выполнении мероприятий, предусмотренных сроками проекта. Но опытный руководитель проекта должен вовремя реагировать на внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на реализацию проекта. Важнейшими процессами в управлении проектами являются планирование, организация, координация, активизация и мониторинг состояния проекта на протяжении всего его жизненного цикла.

Современное проектное управление – это единство науки, искусства и коммерции. Проектный менеджмент опирается на фундаментальные научные знания. Принцип научной обоснованности предусматривает разработку проекта с учетом достижений современной теории и разработанных методов, апробируя новые инструменты оценки полученных данных с использованием современных информационных технологий.

Искусство управления проектом предполагает использование человеческого капитала как основу для решения творческих, креативных задач. Руководитель проекта в ходе выполнения работ должен постоянно контролировать большое число разнообразных и часто меняющихся параметров. Достаточно часто параметры бывают взаимоисключающими и плохо прогнозируемыми, так что управление ими становится настоящим искусством. Проект – это постоянный поиск компромиссов. Сегодня люди – это главный капитал современной компании. Принцип удовлетворенности участников проекта – один из обязательных условий успешности проекта. Для успешного проекта характерно постоянное ощущение его участниками чувства гордости за результаты своей работы, чувство оптимизма. Нет ничего более губительного для проекта, чем равнодушие, уныние или неуверенность его участников.

Управление проектами носит коммерческий характер, так как востребовано предпринимательством и оценивается с первую очередь с экономической точки зрения. Принцип экономической эффективности предусматривает расчет дисконтированных денежных потоков с учетом действия фактора времени, инфляции, риска и неопределенности, обеспечения финансовой реализуемости проекта, учитывая требования инвестора при определении нормы прибыли на капитал. Внедряя инвестиционные проекты на действующих предприятиях, надо анализировать финансовую устойчивость предприятия и определять влияние инвестиционного проекта на результаты хозяйственной деятельности и изменение финансового состояния предприятия. Для принятия положительного решения о реализации проекта необходимо соблюдения следующих базовых условий:

- вложенные средства должны быть полностью возмещены;
- прибыль, полученная в результате проекта, должны быть достаточно велика, чтобы компенсировать временный отказ от использования средств, а также риск, возникающий в силу неопределенности конечного результата.

Таким образом, наука управления проектами постепенно претерпевает изменения и преобразования одновременно с развитием научно-технического прогресса, с развитием мировой экономики, процессами глобализации и диджитализации. Совершенствование методик в сфере управления проектами осуществляется в нестандартном направлении с экстремальными, революционными подходами.

Сегодня перед руководителями предприятий остро стоят вопросы конкуренции с отечественными и зарубежными производителями, проблемы выбора поставщиков материалов и субподрядных организаций, взаимоотношений с акционерами, угрозы высокой инфляции и снижения деловой активности, трудностей с получением кредитов и другие вопросы. Одним из способов решения этих вопросов является изучение и внедрение в практику положений теории управления проектами. Это помогает усилить контроль и повысить эффективность использования всех ресурсов предприятия.

Литература

1. Ермакова, Э.Э. Научно-техническое преобразование общества и роль интеллектуальной собственности в инновационном развитии экономики / Э.Э. Ермакова // Экономика и управление. – 2013. - №1 (33). – С. 104-107.
2. Manifesto for Agile Software Development [Electronic resource] / Agile Alliance, 2001–2019. – Mode of access: <http://www.agilealliance.org/agile101/the-agile-manifesto/>. – Date of access: 20.04.2020.
3. Галюк, А.Д. Управление проектами / А.Д. Галюк. – Екатеринбург : Изд-во УрГУПС, 2014. – 107 с.

И.О. Ипатова

Брестский государственный технический университет, Брест, Республика Беларусь

O.V. Ipatova

Brest State Technical University, Brest, Republic of Belarus

ФИНАНСИРОВАНИЕ ПОЛИТИКИ СПЛОЧЕНИЯ ЕС НА 2021-2027 ГОДЫ

FUNDING OF THE EU COHESION POLICY FOR THE PERIOD 2021-2027

Долгосрочный бюджет на 2021-2027 годы во многом был определён намерением Европейской комиссии модернизировать и усилить политику сплочения. Новая структура политики ориентирована на инвестиции в региональное развитие, на «умную» Европу (внедрение инновации и цифровизация коммерческого сектора), более «связанную» Европу (развитие стратегически важных транспортных и цифровых сетей), более «зелёную» Европу (альтернативные способы получения энергии и борьба с изменением климата), более социальную и обращённую к гражданам Европу (создание рабочих мест, расширение доступа к получению образования и социальное сплочение). Политика сплочения будет и впредь поддерживать стратегии местного развития и укреплять его городское измерение. Планируется также снизить административную нагрузку на малые и средние предприятия, участвующие в её программах. К ключевым моментам политики сплочения относится, во-первых, то, что она должна быть современной – сосредоточенной на умной, низкоуглеродной экономике; во-вторых – простой и гибкой, что предусматривает сокращение правового регулирования на 50 %; и, в-третьих, – должна касаться всех регионов.

The long-term budget for 2021-2027 was largely determined by the intention of the European Commission to modernize and strengthen the cohesion policy. The new policy framework focuses on investments in regional development, a smart Europe (innovation and digitalization of the commercial sector), a more connected Europe (the development of strategically important transport and digital networks), a greener Europe (alternative energy sources and the fight against climate change), a more social and citizen-centered Europe (job creation, increased access to education and social cohesion). Cohesion policy will continue to support local development strategies and strengthen its urban dimension. It is also planned to reduce the administrative burden on small and medium companies participating in its programs. The key points of cohesion policy are, first, that it should be modern – focused on a smart, low-carbon economy; secondly, simple and flexible, which provides for a 50% reduction in legal regulation; and thirdly, it should apply to all regions.

Бюджет политики сплочения Европейского союза (ЕС) (Multiannual Financial Framework, MFF) на 2021-2027 годы был утверждён в Мадриде 18 июня 2018 года в размере 1,135 трлн. евро [1, р. 30]. 27 мая 2020 г. Европейская комиссия опубликовала своё предложение о плане восстановления европейской экономики, борющейся с последствиями пандемии коронавируса, на реализацию которого было предложено выделить 750 млрд евро (инструмент Next Generation EU). План восстановления не является частью долгосрочного бюджета, но тесно связан с ним, поскольку бюджетные рамки – это единственный вариант собрать и распределить такую большую сумму. 10 ноября 2020 г. Европейский парламент и государства-члены ЕС в Совете достигли соглашения о бюджете на 2021-2027 в размере 1,824 трлн евро

(MFF – 1,074 трлн евро (эта цифра почти на 100 млрд евро меньше, чем изначально предлагала Еврокомиссия) и Next Generation EU – 750 млрд евро) – самом большом в истории ЕС [2]. Это поможет восстановить Европу после COVID-19, которая станет более экологичной, цифровой, более устойчивой и лучше приспособленной к текущим и предстоящим вызовам.

Долгосрочный бюджет на 2021-2027 годы во многом был определён намерением Европейской комиссии модернизировать и усилить политику сплочения. Новая структура политики ориентирована на инвестиции в региональное развитие; на «умную» Европу (внедрение инновации и цифровизация (дигитализация) коммерческого сектора), более связанную Европу (развитие стратегически важных транспортных и цифровых сетей), более «зелёную» Европу (альтернативные способы получения энергии и борьба с изменением климата), более социальную и обращенную к гражданам Европу (создание рабочих мест, расширение доступа к получению образования и социальное сплочение).

Политика сплочения будет и впредь поддерживать стратегии местного развития и укреплять его городское измерение. Планируется также снизить административную нагрузку на малые и средние предприятия, участвующие в её программах. К ключевым моментам политики сплочения относится, во-первых, то, что она должна отвечать требованиям времени, быть современной – сосредоточенной на умной, низкоуглеродной экономике. Во-вторых, политика должна быть простой и гибкой, что предусматривает сокращение правового регулирования на 50 %, включая 50 ключевых упрощений. Это позволит её субъектам адаптироваться к возникающим потребностям, связанным, например, с миграцией и экономикой. И, в-третьих, политика сплочения должна касаться всех регионов на основании объективного подхода, что одновременно позволяет учитывать возникающие потребности в любых регионах. Но при этом 75 % средств фондов предназначается для самых бедных регионов.

Средства бюджета ЕС на 2021-2027 годы распределяются на реализацию 7 групп целей. Первая группа целей (1-4) – развитие единого рынка, инноваций и дигитализация, что включает в себя и развитие науки, европейские стратегические инвестиции, пространственное планирование. Для реализации этой группы целей выделено 143,4 млрд евро, из которых средства Next Generation EU – 10,6 млрд евро (в 2018 г. было определено 187,4 млрд евро). Вторая группа (цели 5-7) – «Сплочение и ценности» (1 099,7 млрд евро, из которых средства MFF – 377 млрд евро, а Next Generation EU – 721,9 млрд евро; в 2018 г. было определено 442,4 млрд евро), достижению целей которой должно способствовать: региональное развитие и сплочение; политика Экономического и валютного союза; инвестиции в людей, социальное сплочение и внедрение социальных ценностей в политику и жизнь граждан ЕС. Третья группа (цели 8, 9) – «Природные ресурсы и окружающая среда» (373,9 млрд евро, из которых средства Next Generation EU – 17,5 млрд евро; в 2018 г. – 378,9 млрд евро) – предполагает развитие сельского и морского хозяйства, охрану окружающей среды и климата. На миграцию и защиту внешних границ (4-я группа – цели 10, 11) выделено 22,7 млрд евро (в 2018 г. – 34,9 млрд евро), на безопасность и оборону (а также помощь в кризисных ситуациях) (5 группа – цели 12-14) – 13,2 млрд евро (в 2018 г. – 27,5 млрд). 98,4 млрд евро (в 2018 г. – 123 млрд евро) пойдут на реализацию целей политики добрососедства (6-я группа – цели 15,16) – внешнюю политику и помощь для вхождения в ЕС. Бюджет в 73,1 млрд евро (в 2018 г. – 123 млрд евро) обозначении для нужд публичного управления (7-я группа – цель 17) [2].

Как видим, 60 % долгосрочного бюджета ЕС идёт на политику сплочения, как и почти весь бюджет Next Generation EU (96 %). Остальные 4% средств инструмента Next Generation EU будет расходоваться на цели I и III групп – «Единый рынок, инновации и дигитализация», «Природные ресурсы и окружающая среда».

Согласно предложениям Еврокомиссии по целям II группы – «Региональное развитие и сплочение» – модернизированная политика сплочения должна быть в большей мере скоординирована с решениями, принимаемыми в рамках так называемого европейского семестра (Европейского экономического управления), который нацелен на координацию экономической политики стран-членов ЕС. Предполагается усиление координации между политикой сплочения и стимулированием инвестиционной и инновационной деятельности на уровне ЕС. По-прежнему политику будут финансировать через три основных фонда – Европейский фонд регионального развития (ERDF), Европейский социальный фонд (ESF) и Фонд сплочения (CF).

Предложение Комиссии в 2018 году по ММФ на 2021-2027 гг.– 330,624 млрд евро на экономическое, социальное и территориальное сплочение [3, р. 5](см. Таблицу 1).

Таблица 1 – Европейский фонд регионального развития (ERDF), Европейский социальный фонд+ (ЕСФ+) и Фонд сплочения (CF) в 2021–2027 годы, определенный в 2018 г. и в 2020 г., в млрд евро

	2018	2020
Политика сплочения в целом	330 624	372 573 (100,0%)
Европейский фонд регионального развития (ERDF)	200 629	217 087 (58,3%)
• Инвестиции в создание рабочих мест и рост	190 752	
• Европейская территориальная кооперация	8 430	
• самые отдаленные регионы и малонаселенные районы	1 447	
Фонд сплочения (CF)	41 349	48 026 (12,9%)
Инструмент Европейское территориальное сотрудничество (ETC)		8 960 (2,4%)
Европейский Социальный фонд+ (1)	88 646	98 500 (26,4%)

(1) Эта сумма не включает сумму на здравоохранение, занятость и социальные инновации (1 042 млн евро)

По сравнению с бюджетом ЕС на 2014-2020 годы на приоритетные цели долгосрочного бюджета ЕС на 2021-2027 годы будет выделено больше средств. На науку, инновации и дигитализацию отчисления увеличатся в 1,6 раза, на молодежную политику – в 2,2 раза, на борьбу с изменением климата и защиту окружающей среды – в 1,7 раза, на решения миграционных проблем – в 2,6 раза, на решения вопросов безопасности – в 1,8 раза, на внешнюю политику – в 1,3 раза. В среднем на каждую цель отчисления увеличатся на 109 млн евро. Например, актуализация цели борьбы с изменением климата вызвала увеличение отчислений на 114 млн евро, что в 1,6 раза больше по сравнению с отчислениями в предыдущем бюджетном периоде: 2014-2020 годы (ЕС 28) было выделено 206 млн евро, в 2021-2027 годы (ЕС 27) на эту цель выделено 320 млн евро [4, р. 22].

Бюджет ЕС составляет около 2 % совокупных национальных бюджетов всех стран ЕС. Национальные правительства в ЕС тратят в 50 раз больше, чем сам ЕС. Однако в отличие от национальных бюджетов, которые в основном используются для предоставления государственных услуг и финансирования систем социального обеспечения, бюджет ЕС в основном используется для инвестиций [5]. Поскольку почти 75 % расходов ЕС управляются совместно как Комиссией ЕС, так и правительствами ЕС, национальные правительства несут ответственность за минимизацию ошибок. Комиссия тесно сотрудничает с ними, чтобы обеспечить эффективное и рациональное расходование средств.

В 2017 году доля расходов ЕС на сельское хозяйство составила 41 %. В 1985 году 70 % было потрачено на сельское хозяйство. За последнее десятилетие 13 стран – большинство из них с крупными сельскохозяйственными секторами – присоединились к ЕС. Тем не менее, общий бюджет сельскохозяйственной политики не вырос, напротив, расходы на сельское хозяйство продолжают снижаться. На 2021-2027 годы Европейская комиссия предложила менее 30 % бюджета ЕС на сельское хозяйство [5]. Относительно большая доля на поддержку сельского хозяйства в бюджете ЕС вполне оправдана – это единственная политика, финансируемая почти полностью из общего бюджета. Это означает, что расходы ЕС в значительной степени замещают национальные расходы.

ЕС финансирует не только в бедные и отсталые регионы. Финансирование ЕС регионального и социального развития является важным источником ключевых инвестиционных проектов. В некоторых странах ЕС, которые имеют ограниченные средства, европейское финансирование составляет до 80 % инвестиций. Однако ЕС финансирует развитие не только бедных регионов. Инвестиции в каждую страну ЕС стимулируют экономику Союза в целом. Предполагается, что возврат инвестиций к 2023 году составит 2,74 евро на каждый вложенный 1 евро, такие показатели были в период с 2007 по 2013 год (274 % прибыли). На 2014-2020 годы ЕС выделил более 460 млрд евро на региональные расходы: для оказания помощи для более чем 1,1 млн компаний, улучшения здравоохранения для 44 млн европейцев, предотвращения наводнений и пожаров для 27 млн человек, для подключения к очистным сооружениям 17 млн человек, для доступа к высокоскоростному Интернету для ещё 14 млн домохозяйств, создания более 420 тысяч новых рабочих мест в компаниях, строительства современных школ и детских садов для 6,9 млн детей [5].

В ответ на проблемы с беженцами и растущие проблемы миграции финансирование ЕС этих проблем более чем удвоилось и превысило 22 млрд евро по сравнению с первоначальными ассигнованиями в размере 9,6 млрд евро в 2015-2018 гг. Благодаря этим деньгам ЕС может разработать оперативные и долгосрочные меры для размещения мигрантов и инвестирования в регионы за пределами ЕС для сокращения миграционных потоков.

Ещё одной статьёй расходов является молодёжная политика – помощь в трудоустройстве в рамках Инициативы по обеспечению занятости молодёжи, бюджет которой составляет 8,8 млрд евро на 2014-2020 годы. Этот финансовый инструмент помогает молодым людям, которые не имеют работы и образования, получать целевую поддержку, в которой они нуждаются. Как правило эта инициатива финансирует учёбу, стажировки, трудоустройство и дополнительное образование.

В 2017 году 11 из 28 стран ЕС, самых богатых, заплатили в бюджет ЕС больше, чем они получили обратно в рамках финансирования ЕС. Тем не менее, в обмен на их больший вклад эти страны пользуются положительными результатами такого финансирования – мир и стабильность как внутри, так и вокруг ЕС, безопасность, лучшая инфраструктура и свобода выбора местожительства, места работы или места учёбы, свобода путешествовать в рамках Евросоюза. А деньги, потраченные в одной стране ЕС, также могут принести пользу другой стране. Например, финансирование для защиты внешних границ ЕС идёт только в страны, которые граничат со странами, не являющимися членами (например, Польша, Венгрия, Хорватия, Греция). Но это явно выгодно и другим странам. Со своей стороны, если Комиссия обнаружит, что деньги ЕС были потрачены неправильно, она принимает меры. Например, в 2017 году средства, выделенные получателям по всему ЕС в сумме свыше 2,8 млрд евро, были либо возвращены Комиссией, либо перенаправлены на другие проекты.

Средства, выделенные на политику сплочения в бюджетных периодах 2014-2020 гг. и 2021-2027 гг., распределены приблизительно одинаково: 86 % и 81 % соответственно – в сферу производства товаров и услуг (инвестиции в ВВП); 14 % и 15 % соответственно на решение проблем с безработицей, в т. ч. с безработицей молодёжи, проблем образования и демографических проблем (в первую очередь связанных с низкой плотностью населения определённых регионов). В долгосрочный бюджет на 2021-2027 годы включены ещё две статьи расходов в рамках политики сплочения – против изменения климата в результате выбросов парниковых газов и для решения вопросов, связанных с миграцией не граждан ЕС. Правда на эти цели выделяется небольшой процент – 1 % (борьба с изменениями климата) и 3 % (решение миграционных проблем)(см. Таблицу 2).

Таблица2 – Распределение средств, выделенных на политику сплочения

Долгосрочный бюджет ЕС	2014-2020 гг.	2021-2027 гг.
ВВП (включая ВНД для Фонда сплочения)	86 %	81 %
Рынок труда, образование, демография	14 %	15 %
Климат	-	1 %
Миграция	-	3 %
Всего	100 %	100 %

Финансирование политики сплочения, проводимой после выхода Великобритании уже в 27 государствах ЕС, в 2021-2027 гг. уменьшится. После выхода Великобритании, приносившей в последние годы в союзный бюджет как минимум 12 млрд евро в год, бюджет ЕС не сократился, более того, он незначительно, но вырастет. Оставшимся 27 странам придется платить больше. Для Германии, которая и без того со своими 35 млрд евро в год является крупнейшим плательщиком в бюджет единой Европы, дополнительные расходы составят 11-12 млрд евро в год. Из этой суммы 3,5-4 млрд евро пойдут на замещение выпадающих британских взносов, а также на укрепление пограничного контроля в Европе. Остальное приходится на обычный рост расходов, вызванный инфляцией.

Новая формула расчётов выплат из структурных и инвестиционных фондов ЕС для наиболее нуждающихся регионов предполагает учёт не только ВВП на душу населения, но и уровня безработицы среди молодёжи, доступности образования для населения, изменения климата и степени интеграции мигрантов. Это означает сокращение ассигнований для стран

Центральной Европы и увеличение – для стран Южной Европы. Венгрия, Литва, Эстония, Чехия, Мальта получают средств на 24 % меньше по сравнению с прошлым бюджетным периодом; Польша, Словакия, Германия – меньше на 23 %, 22 % и 21 % соответственно. Финансирование Люксембурга, Австрии, Голландии, Бельгии, Швеции и Дании останется в прежнем небольшом объеме. Увеличатся отчисления из фондов политики сплочения Кипра на 2 %, Испании, Финляндии – на 5 %, Италии – на 6 %, а Греции, Болгарии Румынии – на 8 % [6, р. 4.]. При этом по-прежнему больше других получит Польша, Италия и Испания – 75 млрд евро, 42 млрд евро и 35 млрд евро соответственно (в 2014-2020 гг. – 83,9 млрд евро, 36,2 млрд евро и 32,4 млрд евро соответственно) [7] (см. Таблицу 3).

Таблица 3 – Распределение средств фондов политики сплочения ЕС, млн евро

Страны-члены ЕС	ESF+	ERDF	CF	CEF	ETC	Общая сумма
Belgium	1 168	1 152	-	-	369	2 689
Bulgaria	2 625	5 741	1 656	390	134	10 157
Czechia	2 701	10 426	8 327	1 962	306	21 781
Denmark	120	141	-	-	254	515
Germany	6 527	10 913	-	-	1 005	18 445
Estonia	503	1 693	1 073	253	57	3 525
Ireland	508	396	-	-	291	1 195
Greece	5 845	11 452	3 955	932	127	21 379
Spain	11 153	23 540	-	-	683	35 376
France	6 675	9 070	-	-	1 090	16 835
Croatia	1 983	5 356	1 547	364	184	9 069
Italy	14 535	26 615	-	-	935	42 085
Cyprus	222	467	233	55	37	959
Latvia	711	2 493	1 359	320	49	4 612
Lithuania	1 136	3 464	1 856	437	82	6 539
Luxembourg	15	15	-	-	29	58
Hungary	5 507	13 360	3 404	802	255	22 528
Malta	124	474	216	51	23	838
Netherlands	414	506	-	-	373	1 293
Austria	394	537	-	-	216	1 147
Poland	14 913	47 417	12 145	2 861	560	75 034
Portugal	7 497	11 497	4 447	1 048	136	25 577
Romania	8 239	17 070	4 628	1 090	367	30 505
Slovenia	727	1 538	940	221	74	3 279
Slovakia	2 404	8 117	2 110	497	220	12 852
Finland	605	888	-	-	160	1 653
Sweden	707	863	-	-	351	1 920
Technical assistance	345	760	129	-	31	1 265
Transnational cooperation	197	-	-	-	-	197
Interregional innovation investments	-	564	-	-	-	564
European Urban Initiative	-	-	-	-	564	564
Interregional cooperation	-	-	-	-	564	564
Total	98 500	217 087	48 028	11 288	8 980	372 573
	26,4%	58,3%	12,9%	2,4%	100,0%	

Главным показателем развития экономики является ВВП на душу населения. Он же является и главным стимулом к изменениям. С 513,5 млн жителей [8] доля ЕС в мировом валовом внутреннем продукте составляла в 2019 г. 15,8 %, т.е. ВВП ЕС по данным Всемирного банка – третий в мире: ВВП ЕС по ППС (2019 г.) на человека составляет 46 467 долларов, а по номиналу – 15 593 долларов [9; 10]. Доля ЕС в мировом валовом внутреннем продукте составляла в 2018 году около 23 % (21,6 трлн долларов) по

паритету покупательной способности (ППС) и около 19 % (16,1 трлн. долларов) – по номинальному значению [11, с. 3].

В 2014-2016 гг. по сравнению с 2007-2009 гг. ВВП на душу населения вырос в Ирландии – на 31 %, в Бельгия и Дании – на 1-2 %, в Австрии, Чехии, Люксембурге, Бельгии, Венгрии, Словакии, Эстонии, Латвии, Румынии – не более чем на 10 %. Рост ВВП на душу населения в 10-15 % произошёл в Польше, Литве и на Мальте. ВВП снизился на 26 % в Греции, на 23 % на Кипре, на 8-12 % – Нидерландах, Финляндии, Италии, Эстонии, на 4-1,5 % – в Португалии, Словении, Швеции и Франции (см. Рисунок 1).

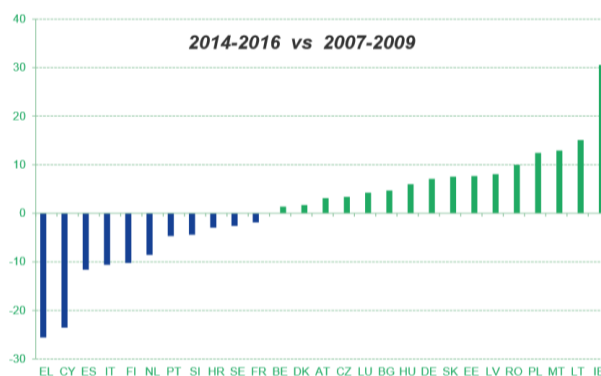


Рисунок 1 – Изменение ВВП на душу населения в 2014-2016 гг. в сравнении с 2007-2009 гг. (в процентах)

В 2021-2027 годы ЕС продолжит при проведении политики сплочения концентрироваться на самых бедных странах. Так, совокупная доля Фонда сплочения (CF) и Европейского фонда регионального развития (ERDF) в финансировании менее развитых стран в 2014-2020 и 2021-2027 годы составляет 74 % и 75 % соответственно. Увеличилась доля финансирования из средств ERDF в отношении менее развитых стран с 53 % до 62 %, а в отношении переходных стран с 10 % до 14 % (см. Таблицу 4).

Таблиц 4 – Финансирование политики сплочения из средств фондов

Фонды политики сплочения	2021-2027 гг.	2014-2020 гг.
Фонд сплочения (CF)	13 %	22 %
ERDF менее развитые страны	62 %	53 %
ERDF переходные страны	14 %	10 %
ERDF более развитые страны	11 %	15 %
Всего	100 %	100 %
Доля CF + ERDF в финансировании менее развитых стран	75 %	74 %

Основными условиями для получения финансирования наименее благополучных стран являются валовой внутренний продукт (ВВП) на душу населения, который не превышает 90 % от среднего уровня по ЕС, и подготовка программы экономической конвергенции (программы сближения экономики двух и более стран по различным показателям, например, по уровню дохода на душу населения, темпам экономического роста, темпам инфляции, методам экономической организации и т. д.).

Значимость политики сплочения подчёркивает тот факт, в долгосрочном бюджете ЕС на политику сплочения предусмотрено 60 % средств и почти весь бюджет Next Generation EU (96 %). Это говорит о приоритетах и ценностях ЕС – развитие малого и среднего предпринимательства в регионах, экономическая конвергенция регионов (75 % средств в виде инвестиций предназначено для бедных регионов), социальные ценности, достижение которых будет способствовать росту конкурентоспособности экономики стран-членов и решению острых социальных проблем.

«Региональное развитие и сплочение» будет одним из трёх элементов второй группы целей, объединённых под названием «Сплочение и ценности». Они включают, наряду с развитием экономического и валютного союза в ЕС, инвестиции в человеческий капитал и социальное сплочение. При этом модернизированная политика сплочения должна быть в большей мере скоординирована с решениями, принимаемыми в рамках так называемого «Европейского семестра» (рекомендации наднациональных органов Евросоюза для государств-членов ЕС для проведения национальных реформ), который нацелен на координацию экономической политики стран-членов ЕС. Предполагается усиление координации между региональной политикой и стимулированием инвестиционной и инновационной деятельности на уровне ЕС.

Бюджет ЕС составляет около 2 % совокупных национальных бюджетов всех стран ЕС, однако, в отличие от национальных бюджетов, которые в основном используются для предоставления государственных услуг и финансирования систем социального обеспечения, бюджет ЕС в основном используется для инвестиций. Средства, выделенные на политику сплочения имеют в бюджетном периоде на 2021-2027 годы особенность – сделать экономику более «зелёной» и более цифровой, при этом инвестиции в сферу производства товаров и услуг (инвестиции в ВВП) составляют 81 %, 15 % идёт на решение проблем с безработицей, проблем образования и демографических проблем, 1 % – на решение проблем с климатом, а 3 % – на решение миграционных проблем. Как и прежде, показатели ВВП на душу населения будут ключевыми для принятия решений о распределении средств на нужды политики сплочения, но одновременно будут учитываться такие показатели, как безработица (особенно молодёжная), изменения климата и приток/интеграция мигрантов, а также нужды удалённых и малонаселённых территорий.

Литература

1. Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Modern Budget for a Union that Protects, Empowers and Defends. The Multiannual Financial Framework for 2021-2027. Brussels, 2.5.2018 COM(2018) 321 final [Electronic resource]. – Mode of access : https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/communication-modern-budget-may2018_en.pdf. – Data of access : 15.11.2020.

2. EU's next long-term budget and NextGenerationEU: key facts and figures [Electronic resource]. – Mode of access: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/about_the_european_commission/eu_budget/mff_factsheet_agreement_en_web_20.11.pdf. – Date of access : 15.11.2020.

3. Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL laying down common provisions on the European Regional Development Fund, the European Social Fund Plus, the Cohesion Fund, and the European Maritime and Fisheries Fund and financial rules for those and for the Asylum and Migration Fund, the Internal Security Fund and the Border Management and Visa Instrument. Strasbourg, 29.5.2018 COM(2018) 375 final 2018/0196 (COD) [Electronic resource]. – Mode of access : [budget-may2018-common-provisions_en.pdf](#). – Date of access : 15.11.2020.

4. The Multiannual Financial Framework for 2021-2027. COM(2018) 322 final, 2.5.2018. [Electronic resource]. – Mode of access : https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/communication-modern-budget-may2018_en.pdf. – Date of access : 15.11.2020.

5. Fact check on the EU budget / An official website of the European Union [Electronic resource]. – Mode of access : https://ec.europa.eu/info/about-european-commission/eu-budget/how-it-works/fact-check_en. – Date of access : 11.11.2020.

6. Eastern Partnership (EaP) (2013), Joint Declaration of the Eastern Partnership Summit, Vilnius, 28–29 November, accessed 12 December 2015 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.eu2013.lt/en/news/statements/-joint-declaration-of-the-eastern-partnership-summit-vilnius-28-29-november-2013>. – Date of access : 11.11.2020.

7. MFF 2021-2027 Breakdown of Cohesion Policy allocations per Member State (current prices)[Electronic resource]. – Mode of access :https://ec.europa.eu/info/strategy/eu-budget/long-term-eu-budget/eu-budget-2021-2027_en#commission-proposal-may-2020.– Date of access : 15.11.2020.

8. Eurostat-Tables, Graphs and Maps Interface TGM table. Eurostat. Europa portal [Electronic resource]. – Mode of access : <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&language=en&pcode=tps00001&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1>. – Date of access: 15.11.2020.

9. The World Bank [Electronic resource] : GDP [Electronic resource] – Mode of access : <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>. – Date of access : 01.11.2020.

10. The World Bank [Electronic resource] : GDP per capita, PPP. – Mode of access: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD>. – Date of access : 01.11.2020.

11. Экономика ЕС в условиях ухудшения мировой конъюнктуры // Бюллетень о текущих тенденциях мировой экономики. – февраль 2020 г. (53).

Е.А. Кадовба

Учреждение образования «Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины», г. Гомель, Республика Беларусь

E.A. Kadovba

Educational Establishment Francisk Skorina Gomel State University,
Gomel, the Republic of Belarus

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СТРАНЫ КАК ФАКТОР ЕЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

INNOVATIVE POTENTIAL OF A COUNTRY AS THE FACTOR OF ITS ECONOMIC DEVELOPMENT

В статье рассматривается взаимосвязь между уровнем инновационного потенциала страны и перспективами ее экономического роста и развития. Проводится анализ корреляции между отдельными показателями инновационного потенциала и величиной валового внутреннего продукта как одного из индикаторов экономического роста.

The article examines the relationship between the level of innovative potential of a country and the prospects for its economic growth and development. The correlation between indicators of innovative potential and the value of gross domestic product as one of the indicators of economic growth is analyzed.

Исследования в области тенденций инновационного развития стран мира, регионов, отраслей и отдельных субъектов хозяйствования являются на современном этапе одними из самых актуальных. В рамках таких исследований рассматривается весь спектр аспектов построения инновационной экономики, а также эффективности ее функционирования. Такой интерес к данной сфере обусловлен, с одной стороны, объективными процессами развития науки и технологий и повышением конкуренции на этой основе, с другой – влиянием инновационной составляющей на общее экономическое положение государства. С другой стороны, не менее значимой была и остается проблема обеспечения экономического роста и развития стран мира. Можно предположить, что существует достаточно тесная взаимосвязь между показателями экономического роста и уровнем инновационного развития государств, в том числе, уровнем их инновационного потенциала.

Для начала следует определиться с сущностью понятий «экономический рост» и «экономическое развитие» (таблица 1).

Таблица 1 – Трактовки понятий «экономический рост» и «экономическое развитие»

«Экономический рост»	«Экономическое развитие»
Тенденции к увеличению показателей экономики страны за определенное время (обычно за год) [1, с.262]	Процесс изменения состояния экономики [1, с. 263]
Долгосрочная тенденция увеличения реального ВВП, предполагающая последующую положительную динамику социально-экономических показателей [2, с. 6]	Процесс, который ведет к изменению в социальных структурах, поведении людей, приводит к сокращению неравенства, уничтожению бедности, повышению уровня образованности, грамотности, доступности социальных услуг, качественным изменениям в обществе, которые связаны с модернизацией, прогрессом, ростом [3, с. 16]
Увеличение производства и потребления товаров и услуг, чаще всего одних и тех же на протяжении определенного периода [4]	Инновация, появление нового, ранее неизвестного [4]
Долговременное увеличение реального объема ВВП как в абсолютных значениях, так и в расчете на каждого жителя страны [5]	Изменение качества жизни человека, что определяется не только средней величиной ВВП на душу населения, но и продолжительностью жизни, здоровьем, доступностью социальных услуг и др. [3]

Если углубиться в историю развития подходов к трактованию данных понятий, можно заметить, что изначально чаще всего они отождествлялись. В дальнейшем, в середине – второй половине XX века, при трактовании данных понятий более четко акцентировалось внимание на том, что рост – это показатель, преимущественно характеризующий *количественные* изменения в экономике, которые сегодня характеризуются динамикой реального ВВП в целом и в расчете на душу населения – в частности; тогда как развитие – показатель *качественных* преобразований. Существует мнение, что экономическое развитие в дополнение к росту душевого дохода (экономический рост) означает широкий спектр качественных изменений в уровне жизни населения, а также фундаментальные структурные преобразования в экономике. С другой стороны, некоторые авторы [2, 3] не ограничиваются трактованием экономического роста как преимущественно количественного индикатора, а указывают на то, что он характеризуется также и качественными изменениями жизни общества, взаимосвязан с ними и становится их основой.

Интерес представляет также трактовка данных понятий, предложенная Й.А. Шумпетером – основоположником теории инноваций. С его точки зрения экономический рост связан исключительно с ростом объемов производства уже существующих, известных товаров и услуг, тогда как развитие – это создание в дополнение к существующим принципиально новых товаров и услуг – инноваций. В таком подходе также прослеживается разграничение понятий «рост» и «развитие» с точки зрения количественного и качественного аспекта. Описывая влияние инноваций, Й. Шумпетер подчеркивал, что инновационный продукт улучшает не только характеристики отраслей либо отдельных товаров, но и способствует качественным изменениям в экономической системе, переходу ее на новую ступень развития.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы:

– экономический рост выражается, прежде всего, в росте ВВП страны, в том числе, в расчете на душу населения;

– экономическое развитие предполагает не только количественные изменения объемов производства и реализации товаров и услуг, но и в первую очередь качественную трансформацию экономики, повышение благосостояния населения и улучшение условий его жизни;

– экономический рост и экономическое развитие взаимосвязаны между собой. Экономический рост создает основу для экономического развития и в случае отсутствия существенной дифференциации доходов населения – для повышения уровня благосостояния всех членов общества. С другой стороны, чем выше достигнутый уровень экономического развития страны, тем больше у нее может быть возможностей для поддержания достаточно высоких темпов роста ВВП в дальнейшем;

– как экономический рост, так и экономическое развитие страны тесным образом связаны с уровнем научно-технического и инновационного развития, а также инновационного потенциала этой страны.

Позитивная взаимосвязь научно-технического прогресса и экономического роста была доказана многими исследователями. В частности, американский экономист Р. Солоу, лауреат Нобелевской премии 1987 года «за фундаментальные исследования в области теории экономического роста» в результате анализа американской статистики за почти полувековой период пришел к выводу, что решающим фактором экономического роста страны является не капитал, как это считалось до него, а научно-технический прогресс.

Помимо Р. Солоу весомый вклад в исследования взаимосвязи между научно-техническим прогрессом и динамикой экономического развития внесли и другие американские ученые-экономисты. Среди них – Дж. Кендрик, Э. Денисон, С. Кузнец. Все они, независимо друг от друга, анализировали экономический рост США и влияющие на него факторы. На основании проведенных ими исследований они сделали примерно одинаковые выводы: примерно половина всех денежных потоков в США были обусловлены созданием и внедрением инновационных продуктов.

Инновационный потенциал в широком смысле представляет собой совокупность всех возможностей для создания, использования, распространения новшеств и превращения их в инновации. Высокий уровень инновационного потенциала обеспечивает возможность достижения более высоких темпов роста ВВП страны. Большое количество инновационных разработок сегодня относится к сфере ИТ, которая вносит значительный вклад в прирост ВВП, и в том числе, так было в Республике Беларусь.

В настоящий момент существуют различные методические подходы к оценке инновационного потенциала как на уровне отдельных хозяйствующих субъектов, так и на уровне отраслей, регионов и стран в целом. Для характеристики величины инновационного потенциала может использоваться разный набор показателей, что выражается в разнообразии имеющихся методик. Вместе с тем большинство специалистов сходится во мнении о том, что ключевыми компонентами инновационного потенциала являются человеческие (интеллектуальные) и финансовые ресурсы. По показателям количества специалистов, вовлеченных в научные исследования и разработки, а также объемов финансирования науки и инноваций можно в общем виде судить о величине инновационного потенциала субъекта.

В целях выявления взаимосвязи между экономическим ростом, выраженным в размере ВВП на душу населения, и основными компонентами инновационного потенциала в рамках исследования были проведены соответствующие расчеты, исходные данные для которых представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Исходные данные для расчета коэффициентов корреляции между величиной ВВП и ключевыми компонентами инновационного потенциала

Страна	ВВП в расчете на 1 чел. в 2015 г., долл. США	Затраты на исследования и разработки в расчете на 1 чел., долл. США	Численность персонала, занятого исследованиями, в расчете на 10000 чел. населения
1	2	3	4
Китай	7572,17	269,64	27
Япония	36254,91	1314,70	71
Германия	47842,67	1320,66	74
Великобритания	46637,17	689,27	61
Франция	42509,87	882,75	63
Италия	34615,74	448,54	40
Россия	13063,82	279,89	58

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
Канада	50865,96	735,43	65
Южная Корея	28715,82	1471,37	88
Испания	28690,61	396,76	41
Мексика	10635,16	95,97	7
Нидерланды	51883,64	947,29	73
Турция	10053,97	190,55	15
Швейцария	86315,15	1670,95	93
Швеция	58264,88	1416,38	85
Польша	14132,16	234,20	27
Аргентина	12379,38	127,36	17
Бельгия	46939,97	1061,76	61
Норвегия	95976,74	1105,14	78
Австрия	50416,65	1404,18	77
Дания	61338,68	1419,13	105
Сингапур	54253,51	1530,79	73
Израиль	37975,29	1413,35	96
Финляндия	49702,55	1287,37	95
Ирландия	51267,04	707,81	51

Примечание – Таблица составлена автором.

На основании данных о величине ВВП стран мира, затратах на исследования и разработки в расчете на 1 человека, а также численности персонала, занимающегося научными исследованиями и разработками (таблица 2), были рассчитаны коэффициенты корреляции между этими показателями.

Коэффициент корреляции между величиной ВВП и затратами на научные исследования и разработки составил 0,727; между ВВП и численностью персонала, занятого научными исследованиями и разработками – 0,726. Взаимосвязь между ВВП как результативным показателем экономического роста и обоими факторными показателями (показателями инновационного потенциала) является по шкале Чеддока высокой.

Оценка значимости коэффициентов корреляции позволила сделать выводы, что данные факторные показатели являются статистически значимыми.

Если анализировать рейтинги наиболее инновационно-развитых стран мира (например, рейтинг «Globalinnovationindex») и данные о ВВП на душу населения стран, можно также сделать важные выводы. Страны-лидеры в сфере инноваций (Швейцария, Швеция, США, Великобритания, Голландия, Дания, Финляндия, Сингапур, Германия, Израиль, Южная Корея) [6] отличаются также и одними из самых высоких значений показателя ВВП на душу населения, что еще раз подтверждает взаимосвязь этого показателя с фактором инновационного развития.

Таким образом, проведенное исследование и выполненные расчеты подтвердили гипотезу о том, что уровень инновационного потенциала и инновационного развития в современных условиях являются важными факторами экономического роста и развития стран мира. При этом необходимо подчеркнуть, что потенциал – это совокупность возможностей, которые могут быть использованы в различной степени. Основная задача состоит в том, чтобы использовать инновационный потенциал максимально полно и эффективно. Именно в этом случае можно достичь высоких показателей экономического роста. Растрата инновационного потенциала, нерациональное применение его компонентов с той же силой воздействуют на развитие экономики страны, только в данном случае негативно.

Следует также отметить и то, что уровень экономического развития государства зависит от многих внутренних и внешних факторов, сложных, разнообразных и не всегда точно поддающихся количественной оценке.

Литература

1. Бичик, С.В. Словарь экономических терминов / С.В. Бичик, А.С. Даморацкая. – Минск: Выш. шк., 2009. – 271 с.
2. Экономический рост: факторы эффективного развития: монография / Под общ. ред. Г.Ю. Гуляева – Пенза: МЦНС:Наука и просвещение. – 2017. – 110 с.

3. Мищук, О.В. Экономический рост и экономическое развитие: диалектика взаимосвязи / О.В. Мищук // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2013. – №1. – С. 14–17.
4. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер; [предисл. В.С. Автономова; пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко; пер. с англ. В.С. Автономова, Ю.В. Автономова, Л.А. Громовой, К.Б. Козловой, Е.И. Николаенко, И.М. Осадчей, И.С. Семененко, Э.Г. Соловьева]. – М.: Эксмо, 2008. – 864 с.
5. Ощуркова, Т.Г. Экономический рост 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://center-yf.ru/data/economy/ekonomicheskiiy-rost-2020.php>. – Дата доступа: 15.11.2020.
6. The Global Innovation Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index>. – Дата доступа: 18.11.2020.

А.В. Киевич

д.э.н., профессор, кафедра финансового менеджмента
Полесский государственный университет, г. Пинск, РБ

Kievich Aleksandr V., Doctor of Economic Sciences,
Professor, Polesky State University, Pinsk, Belarus

THE COLLAPSE OF THE AMERICAN SYSTEM OF CAPITALISM: WHAT SHOULD WE EXPECT?

КРАХ АМЕРИКАНСКОЙ СИСТЕМЫ КАПИТАЛИЗМА: ЧТО НАС ОЖИДАЕТ?

Annotation. The article substantiates the statement that even last year we were absolutely sure that the next global crisis would occur in 2020. But it was not clear only what would become his trigger. But it is even more interesting for us now to understand: how to get out of this crisis?

Key words: global and structural crisis, emission, national interests, sanctions, isolationism.

Аннотация. В статье обосновано утверждение, что ещё в прошлом году мы были абсолютно уверены в том, что следующий глобальный кризис произойдёт в 2020 году. Но непонятно было только то, что станет его триггером. Но ещё интереснее нам сейчас понять: как и чем этот кризис будут лечить?

Ключевые слова: глобальный и структурный кризис, эмиссия, национальные интересы, санкции, изоляционизм.

Today, a number of leading experts, including in the United States itself, are already drawing parallels between the current situation and the periods preceding the two world wars. Moreover, in American history there have already been examples of not only trade wars with the use of sanctions, import duties, revision of existing agreements and treaties [1].

And although, as you know, historical processes never repeat themselves with absolute accuracy, nevertheless, many actions of the Trump administration and its ideological rhetoric spoke in favor of the fact that the US foreign policy is again returning to a mixture of isolationism and imperialism, seeking to "restrain" development countries that can create competition for them on world markets and become a "threat to their national interests" [2].

In addition, past experience is especially relevant today, when a number of large economies are facing the coronavirus problem.

But let's see what happened before COVID-19?

Even last year, we were absolutely confident that the next global crisis would occur in 2020. But it was not clear what would become its trigger (probably the idea of a new virus did not still occur to anyone).

But it was even more interesting for us to understand: how to get out of this crisis? Having brought together all the ideas of leading American economists-theorists and practitioners (Carmen Reinhart, Nouriel Roubini, Larry Summers, Joe Stiglitz, Kenneth Rogoff, Howard Marks, Ray Dalio, etc.) we saw with horror that they all boil down to the MMT theory (Modern Monetary Theory).

This "brilliant" theory boils down to the development of the old idea of Milton-Friedman that when a crisis occurs, you "just have to print money without counting and put them in bags and throw them from a helicopter to extinguish the crisis!"

And so it happened. In the absence of other solutions the US Federal Reserve together with the US Treasury used MMT in the most unprecedented "thermonuclear" version, printing and pouring into the US economy first 5, and then another 2.3 trillion dollars [3].

Let's take a look now at the consequences of this crazy experiment:

It took the US government debt between 1776 and 1981 (205 years) to reach the \$ 1 trillion mark. Over the next 15 years (1981-1996), it increased 5 times - to 5 trillion. 1996-2008 (12 years old), it doubled again to 10 trillion. It took just 9 years to double the debt to \$ 20 trillion again in 2017. And today this astronomical figure has already reached 27 trillion. And this still no global crisis was even visible on the horizon.

Where does this money come from? In the fact, a gigantic scam is turned on, unprecedented in the history of mankind: the US Treasury prints promissory notes and bonds, almost all of them are bought by the FRS (Central Bank). The Treasury then injects the printed money into the economy [4]. The Americans did the same in 2008-2009, but then Ben Bernanke, the head of the Fed, publicly promised that the redeemed securities would remain on the Fed's balance sheet and almost fulfilled his promise: from the last crisis, out of 4.5 trillion of redeemed securities, 3,8 still remained on the Fed's balance sheet. Now this balance has swelled to 10 trillion, and the Fed does not promise anything to anyone - it has switched to direct emission of money out of thin air and direct monetization of the US national debt on an astronomical scale.

And only officially, the US quietly throws 600 billion into the world economy annually. This figure, although slightly higher, is comparable to dollar inflation or dollar depreciation. Thus, the American nation prints money and spreads inflation all over the world. They receive pure benefits, and we all together pay for their inflation. And as it is not difficult to guess, the American nation has been constantly and for very long time printing unsecured money, writing down debt to itself and buying real goods and services from other countries with these dollars.

Why can't this be a way out of the situation? The Americans print the only world currency (the euro does not count), the Fed at the end of the year submits its profits (interest on bonds) back to the Treasury - the circle is closed.

But, firstly, the Fed is a private company and it transfers 6% of its profits to American commercial banks-shareholders in the form of dividends.

Secondly, the dollar today is not really backed by anything, except for blind faith in the power of the United States.

Third, until now, on average, 40% of bonds were bought by American private investors (banks, investment funds, insurance and pension funds), and about 40% more - by foreign investors (mainly World Central Banks). Why have they buy USA bonds? Of course, it is done in order for their assets to be profitable in US dollars.

Now the Fed has killed any yield on US government bonds, lowering the benchmark for the discount rate of 0-0.25% per annum. The very meaning of keeping these papers came close to zero. And how much investors will buy them further is an open question. For example, China has bought them to keep in them its earnings from exports to the United States (\$ 440 billion per year). Now China is America's enemy and as result: the trade war, tariff barriers and Chinese exports to the United States have gone down sharply. Saudi Arabia will no longer be able to accumulate petrodollars due to cheap oil. They would have to draw up their own deficit budget. The same applies to all other oil exporting countries. And Russia has reduced the share of the dollar in its gold and foreign exchange reserves to 15% due to sanctions.

And here we come to the main consequence of the experiment called MMT: the cost of servicing (only interest) on the US national debt, even before the beginning of the current crisis, exceeded \$1 trillion, i.e. 25% of the expenditure side of the budget. With the rapid growth in the volume of this debt in 2020-2021 (already today is \$27 trillion) even with scanty, almost zero interest rates, the service will cost more than \$3 trillion per year, i.e. a critical threshold of more than 40% of the expenditure side of the budget, like in Zambia or Zimbabwe, but adjusted for the ability to print world currency. This, in turn, means that it is physically impossible for the Fed to raise the discount rate, since the US government will quickly go bankrupt [5].

Let's summarize. In the next 10 years, the whole world is doomed to live with extremely low discount rates. At the same time, a new paradigm in the United States: the ratio of debt to GDP today is already more than 100% and will continue to grow (the pre-default indicator according to American textbooks of economics), extremely low GDP growth (2% per annum will seem a luxury) and an endless growth of the national debt and, as a result, a long stagnation.

Does it remind you of anything? And it resembles the fast-growing tiger of the 1970s-80s - Japan. American newspapers every day then trumpeted about the "yellow threat", which was about to colonize and buy America. But in 1990, a huge bubble in the real estate market burst in Japan, followed by an instant collapse of the Tokyo Stock Exchange - Japanese companies lost 60 to 90% of their capitalization. The Japanese economic miracle is over. Until now (30 years later) the total capitalization of Japanese companies is 40% below the 1990 level. Government of Japan in 1990-91 included, in essence, the MMT program: huge domestic borrowing, a frenzied increase in the national debt (today the debt to GDP is 221%), the injection of public money into private business to save Japanese corporations, the printing press has not stopped working to this day.

As for the situation today, we see a quite elegant external facade. But behind it are hiding a huge number of companies - zombies (technical bankrupts living on state support), zero GDP growth for the last 30 years, very high cost of living, madly expensive real estate, rapid population decline and aging, consumption restriction - the Japanese do not spend, but save and save money by lending it to the state to save up for old age.

Based on this, there is a high probability that the MMT, which was launched (from the hopelessness of the situation) by the US government and the Fed, will lead, in essence, to the "Japanesization" of the American economy, and we will see (soon enough) comparable results. America will begin in the economic sense of the word to become like Japan, with all the ensuing consequences for the rest of the world. But Japan was saved by special love for their country, Japanese philosophy for life and excessive zeal. And the United States was formed on a completely different batch. Faced with a debt crisis and a protracted recession the United States will be forced to cut its military budget within the framework of overall budgetary savings, and reduce its military presence where it is not critical to its own security. They will have to leave Afghanistan, Syria, Iraq, and cut off their presence in Europe - this will stimulate dialogue with Russia on arms control.

There is, however, a serious danger: Americans think well and understand everything. There is a risk that they will play preemptively and throw out another big surprise, such as abandoning the gold standard and withdrawing from the Bretton Woods agreements signed under the President R. Nixon in 1971 (then, by the way, they did this, devastating the Treasury and almost going broke in the Vietnam War). Why don't they now reshape the world financial system in their favor, for example, by announcing the introduction of a new global settlement cryptocurrency pegged to the dollar, especially since the block chain platform and the prototype itself already exist in the frame of SDR (Special Drawing Rights, or SDR of the IMF), and a special working group within the IMF is engaged by that question in secrecy for last 3 years? Even the name has already been invented: IFM coins, by analogy with Bitcoin.

As you can see, big changes await our World. Let's remember 1913. The main settlement and reserve currency in Europe is the Austro-Hungarian crown. In the world - British pound sterling. In the same year, the United States created the Federal Reserve System and pegged the dollar to the value of an ounce of gold and at that time it was \$ 28.79 an ounce. From that moment, the Fed successfully devalued the dollar 16,000 times, the main currency of Europe disappeared along with the state that issued it, and the British pound turned into a peripheral, regional currency. Confucius was probably right when he said: "God forbid you to live in an era of change."

And now we have a coronavirus at the right time. The coronavirus pandemic has dealt the worst blow to the US economy in recent years. According to the latest IMF forecast, US GDP by the end of 2020 will decrease by 4.3% or more. For the same reason, up to 30 million Americans will be unemployed. And Republicans and Democrats before the elections never came to a common decision about measures to stimulate the economy (the number of infected people per day continues to grow, which only adds uncertainty to the economy) [6].

Unfortunately, and we are sure of this, the current crisis will drag on for a long time [7]. Apparently, it will be accompanied by the protection of their own economies by different countries, protectionism and the formation of zones of their own consumption within their countries. And these things are

already starting to come true. Examples are the duties imposed by President D. Trump, Brexit and the formation of settlements between countries through the mechanisms of national currencies.

Ultimately, within 2-3 years, this will lead to the "regionalization" of the world economic system and to the end of the current cycle of globalization.

In the next few years, people need to learn to live in a new reality, where there will be a high degree of competition and uncertainty. The same goes for business. Even now, when planning your development, you need to proceed not from the fact that in 1-1.5 years everything will be normalized, but from the fact that the world economy over the next 2 years will only go to its minimums. You also need to understand that the United States is preparing a surprise for all of us in the form of uncertainty in the United States itself after the presidential elections on 03.11.2020. And on this score, there are already a number of predictive estimates that these elections will end for the United States itself with an internal civil conflict. And what will happen with the US dollar (the world reserve currency) and the entire world financial system only God knows.

This is why the Euro ranked first in the World in terms of its share in global payments in October 2020. According to Bloomberg, in October, 37.82% of financial messages passed through SWIFT (in monetary value of transactions) corresponded to payments in euros. The dollar lagged slightly behind - 37.64% of global payments. The British pound was in third place by a huge margin - 6.92%. Thus, the use of the dollar decreased by 4.6 percentage points from the end of 2019, and the peak of the American currency in international payments was in April 2015 - 45.3% [8].

And what about this has already begun to say in the IMF (IMF is one of the structures of the FRS)? The IMF believes that for many countries "the risk of the worst outcome prevails." According to their forecasts, the coronavirus could cost the World \$ 28 trillion [9]. And more recently, the IMF announced that the total loss of global GDP for the period 2020-21 from the crisis caused by the pandemic could amount to about \$ 9 trillion - this is more than the economies of Japan and Germany combined [10].

Thus, at the moment, it seems to us, the situation is changing very quickly and therefore it is now extremely difficult to plan your future even for several years ahead and, more importantly, even dangerous. But, as you know, any crisis means new opportunities.

Literature

1. Kievich A.V. DE-DOLLARIZATION OF THE WORLD ECONOMY AS THE FACTOR OF THE AGGRESSIVE POLITICS OF THE USA/ A.V. Kievich // В сборнике: Банковская система: устойчивость и перспективы развития. Сборник научных статей девятой международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики. 2018. С. 58-62.

2. Киевич, А.В. РАСПРОДАЖА ДОЛГОВОГО РЫНКА КАК ОЖИДАНИЕ НИСХОДЯЩЕГО ТРЕНДА ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ / А.В. Киевич, В.С. Кивачук, Н.П. Четырбок // Экономические науки. – 2018. – № 159. – С. 61-66.

3. URL: Электронный ресурс. Доступно на: <https://zen.yandex.ru/media/id/5c62e2cбае6f0200adeabb4/sshа-velikaia-depressiia-20-5f9fec7d1f9f73799263b296>. – Дата доступа: 15.11.2020 г.

4. Kievich A.V. GREAT DEPRESSION NO. 2 AS A REASON FOR ESCALATION OF GEOPOLITICS AND A NEW REVISION OF THE WORLD/ A.V. Kievich // В книге: сборник трудов XIV международной научно-практической конференции. Редакционная коллегия: Шебеко К.К. (главный редактор), Кручинский Н.Г., Золотарева О.А., Бучик Т.А., Рыбалко Ю.А., Гречишкина Е.А., Игнатенко Ю.В., Жилевич О.Ф., Лозицкий В.Л., Лукашевич В.А., Лисовский М.И., 2020. С. 206-207.

5. URL: Электронный ресурс. Доступно на: <https://www.gazeta.ru/business/2020/04/14/13048603.shtml>.- Дата доступа: 11.10.2020 г.

6. URL: Электронный ресурс. Доступно на: <https://www.gazeta.ru/business/2020/10/31/13341427.shtml>.- Дата доступа: 10.11.2020 г.

7. Киевич А.В. Неуправляемый рост госдолга США как главный индикатор надвигающегося глобального кризиса / А.В. Киевич // Экономические науки. – 2017. – № 152. – С. 43-46.

8. URL: Электронный ресурс. Доступно на: https://www.rbc.ru/economics/19/11/2020/5fb6295d9a79478150a4b031?from=from_main_6.- Дата доступа: 19.11.2020 г.

9. URL: Электронный ресурс. Доступно на: https://www.gazeta.ru/business/news/2020/10/14/n_15080611.shtml.- Дата доступа: 14.10.2020 г.

10. URL: Электронный ресурс. Доступно на: <https://www.gazeta.ru/business/2020/04/14/13048603.shtml>.- Дата доступа: 12.11.2020 г.

Д.А. Киевич
Высшая школа экономики, Прага, Республика Чехия
Магистрант, ф-т международных экономических отношений

Kievich D.A., graduate student,
University of Economics, Prague

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ КАТАСТРОФИЧЕСКОГО ПАДЕНИЯ ЭКОНОМИКИ

THE ROLE OF THE STATE IN THE CONTEXT OF A CATASTROPHIC ECONOMIC DECLINE

Аннотация. Сегодня Мировой экономической кризис уже заставил развитые страны отойти от либеральных моделей регулирования экономики и вернуться к вышедшей из моды в 70-е годы прошлого века консервативной практике. Почти везде одним из главных инструментов поддержки экономики в острый период кризиса стали значительные государственные расходы.

Ключевые слова: роль государства, экономический кризис, регулирование экономики, инструменты поддержки.

Annotation. The Global economic crisis has already forced developed countries to move away from liberal models of economic regulation and return back to the more conservative models, which went out of fashion in the 70s of the last century. Almost everywhere significant government spending has become one of the main tools to support the economy during the acute phase of the crisis.

Key words: role of the state, economic crisis, economic regulation, support tools.

Уже прошло полгода, как не утихает песня: «Ох уж этот коронавирус, из-за него и кризис теперь!» Граждане, придите в себя. К COVID-19 кризис не имеет никакого отношения. Этот кризис приближался годами, неумолимо и неторопливо [1]. Пандемия лишь подхлестнула его, сделала более очевидным. Но не более того.

О кризисе мы говорили давно, приближение кризиса было видно невооружённым глазом [2]. А сейчас глобальная истерия вокруг коронавируса – идеальная маскировка срыва мировой экономики в глобальную депрессию. В итоге сам факт, с которым спорить сегодня абсолютно бессмысленно: Великая депрессия № 2 скоро будет сопоставима с Великой депрессией 30-х годов XX века и это уже не за горами.

Почему мы так уверены в том, что нас ждёт Великая депрессия №2.? Всё дело в уровне безработицы. В 30-е годы именно она и сделала депрессию Великой. Напомним, что в 1933 году в США она достигла отметки в 25% (17 млн человек). Скорее всего, и это видно из пугающих и зачастую противоречащих друг другу сводок с "фронтон", саналогичным пока-зателем, вероятно, столкнемся в перспективе и мы [3].

Например, известный аналитик США Нуриэль Рубини отмечает: «Ни во времена Великой депрессии, ни в годы Второй мировой, ни при глобальном финансовом крахе 2008-го не было такого, чтобы значительная часть экономики в США, Европе и Китае просто останавливалась. Любой предыдущий кризис меркнет по сравнению с ударом COVID-19. Все элементы глобального спроса: потребление, инвестиции и экспорт – находятся в свободном падении» [4].

И на сегодня уже есть чёткое понимание, что страны мира пострадали в разной степени. В ведущих державах мира значительно сократилось промышленное производство, замедлилось развитие бизнеса, закрылись некоторые организации, сократилось количество рабочих мест. А некоторые страны уже начали восстанавливать свои экономики. К примеру, Китай быстро оправился от эпидемии и его экономика осталась в положительной плоскости. Хотя и рост ВВП замедлился, но в Китае он есть. А вот у других ведущих стран мира ситуация куда плачевнее [5].

Посмотрим диаграмму (рис. 1), которая показывает изменение ВВП во втором квартале 2020 года по сравнению с аналогичным вторым кварталом 2019 года.

К примеру, из-за сокращения объёмов строительства и количества транспортных перевозок наиболее серьёзно упал ВВП Сингапура (на 42,9%), а из стран ЕС наибольшее серьёзное падение экономики ощутила на себе Великобритания – падение составило 21,7%.

Экономика США во II квартале упала на рекордные 33% по сравнению с II кварталом 2019 г. Экономика России, по данным Росстата, упала только на 8,5%. Банк России до этого прогнозировал падение на 9-10%.



Рисунок 1 – Изменение экономик некоторых стран (по данным Bloomberg, Росстата и Евростата) [5]

Особо подчеркнём, что ведущая экономика мира (экономика США) в денежном выражении потеряла, по сравнению с первым кварталом, почти 2 трлн долларов, если пересчитать падение на весь год.

Как отмечают аналитики, даже Великая депрессия 30-х годов XX века не вызвала такого сильного падения экономики (также эксперты отмечают, что американская экономика будет восстанавливаться медленней, чем экономика Евросоюза).

А что на этот счёт говорят в МВФ.? Для многих стран «преобладает риск наихудшего исхода», подчеркивает МВФ. В МВФ подсчитали, что коронавирус может обойтись миру в \$28 трлн [6]. А ещё недавно в МВФ заявляли, что совокупные потери глобального ВВП за период 2020-2021 годов от кризиса, вызванного пандемией, могут составить порядка \$9 трлн – это больше, чем экономики Японии и Германии вместе взятые [7].

Что касается такого сильного экономического спада, он, к большому сожалению, был неотвратим, и в данный момент нам всем стоит сконцентрироваться на том, как человечеству быстрее и наименее болезненно избавиться от его последствий.

И на сегодня Мировой экономический кризис уже заставил развитые страны отойти от либеральных моделей регулирования экономики и вернуться к вышедшим из моды в 70-е годы прошлого века консервативным практикам. Сейчас почти везде одним из главных инструментов поддержки экономик в острый период кризиса стали значительные государственные расходы, и по сути только благодаря им кризис во многих странах не оказался ещё глубже. Разумеется, такие программы не бесконечны, и когда появляются намеки на то, что скоро такие инструменты будут свёрнуты, инвесторы начинают серьёзно нервничать.

Укрепление роли государства в регулировании экономических процессов-кейнсианский подход, суть которого состоит в том, что в кризис государство обязано нанять 100 человек, чтобы те пошли копать яму, а потом ещё 100, чтобы закопать её обратно. Это позволяет

снизить безработицу, запустить промышленные экскаваторы и самосвалы, нефте-химическую промышленность, которая заправляет их топливом, а в итоге – дать людям заработать деньги, которые они же потратят на покупку товаров, и затраты государства вернутся в виде налогов. Разумеется, о том, что сама по себе яма никому не нужна, говорить в таком случае не приходится.

Бюджетные стимулы по сравнению с денежными оказывают большее воздействие, поскольку в этом случае денежные средства можно направлять напрямую домохозяйствам и предприятиям. Кроме того, бюджетные стимулы лучше подходят для оказания адресной помощи тем, кто больше всего в ней нуждается во время кризиса, например, безработным.

В то же время центробанки, изначально созданные в противовес желанию государства собирать больше налогов, могут помочь повысить покупательную способность людей только косвенными методами - через манипулирование ценой заимствования денег (проще говоря, ключевой ставкой).

В нынешней кризисной ситуации мировые правительства должны использовать налогово-бюджетную политику не только для достижения краткосрочных целей вроде выведения экономики из депрессивного состояния (как в кейнсианстве), но и для достижения долгосрочных целей (как в неокейнсианстве).

Но если роль государства в экономике будет усиливаться дальше, человечеству это только навредит. Как реализация такой политики выглядит в нынешних условиях, мы уже видели: государства выдают гражданам ваучеры на посещение ресторанов, те граждане, которые решают, что это стоит риска, направляются заражаться и подогревают вторую волну эпидемии.

Есть и другая точка зрения, что выходу из кризиса усиление государственной роли в экономике помогло лишь косвенно, а основным экономическим стимулом, позволившем США не скатиться в ещё более глубокую «депрессию», стала Вторая мировая война. Государство пыталось взять на себя роль главного актёра и хотело завести экономику через госзаказы. Но если бы не Вторая мировая война, США из той Великой депрессии так бы и не вышли.

И как ни цинично это звучит, но именно военные заказы помогли стране встать на ноги в тот непростой для неё период. На Западе те, кто верят в неолиберальную школу, прекрасно понимают, что ни правительство, ни центробанк не сеют, не пахут, не строят и не создают никакого реального ВВП. Всё это делают люди, поэтому помогать в первую очередь нужно им, а уже потом люди своей производительностью и своими налогами поднимут экономику и вернут в неё все средства, потраченные на адресную помощь.

А пока что на сегодня уже стало ясно, что экономическое развитие государств по сути характеризуется полной неясностью целей и необходимостью экспериментально решать задачи на острие сразу всех возможных сфер человеческого благополучия, соизмеряя вклад в каждый проект с постоянно изменяющимися потребностями людей. И в этом смысле государства – плохие управленцы, не приспособленные к предвосхищению рисков и управлению большими и сложными процессами. Вот такая пища для размышлений.

Здесь особо подчеркнём, что в основе любых кризисов и войн всегда лежат экономические причины. Современный же политико-экономический кризис между США и ЕС, США и Россией с Китаем инициирован будет американцами. «Евроатлантизм», некогда прочный цемент, замешанный на антисоветских, а позднее антироссийских настроениях, соединявший США с Европой, вдруг буквально на наших глазах просто растрескался. Уже сейчас вместе с нарастающим кризисом наступает мощнейшая экономическая, политическая, социальная и национальная дезинтеграция отдельных европейских стран, которая буквально выбивает почву из-под ног традиционных политических партий и элит.

Не менее бурные события происходят и в США. С формальной точки зрения кризисные процессы в США вызваны внутривнутриполитическими противоречиями, борьбой за власть между демократами и республиканцами [8]. Нужно так же понимать, что нам всем США готовят сюрприз в виде неопределённости в самих США после президентских выборов 03.11.2020 года. И на этот счёт уже есть ряд прогнозных оценок, что эти выборы закончатся для самих США внутренним гражданским конфликтом. А что при этом будет с долларом США (*мировой резервной валютой*) и всей мировой финансовой системой – одному Богу известно.

Не из-за этого ли в октябре 2020 года евро занял первое место в мире по доле в глобальных платежах. В октябре месяце 37,82% финансовых сообщений, прошедших через SWIFT (*по денежной стоимости транзакций*), соответствовало платежам в евро. Доллар немного отстал с 37,64% глобальных платежей. На третьем месте с огромным отрывом находится британский фунт - 6,92%. Таким образом, использование доллара сократилось на 4,6 п.п. с конца 2019 года, а пик американской валюты в международных платежах приходился на апрель 2015 года - 45,3%, отмечает Bloomberg [9].

Но, как известно, любой кризис - это новые возможности.

Литература

1. Kievich, A.V. ESCALATION OF GEOPOLITICS AND NEW REDISTRIBUTION OF THE WORLD / A.V. Kievich // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы. Сборник трудов XIII международной научно-практической конференции; редколлегия: К.К. Шебеко [и др.]. 2019. С. 29-31.

2. Киевич, А.В. МИРОВЫЕ ЦБ В ЛОВУШКЕ QE / А.В. Киевич // Банковская система: устойчивость и перспективы развития: Сборник научных статей восьмой международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики, посвященной году науки в Беларуси. – Полесский государственный университет, 2017. – С. 72-76.

3. Kievich, A.V. GREAT DEPRESSION NO. 2 AS A REASON FOR ESCALATION OF GEOPOLITICS AND A NEW REVISION OF THE WORLD / В книге: сборник трудов XIV международной научно-практической конференции. Редакционная коллегия: Шебеко К.К. (главный редактор), 2020. – С. 206-207.

4. URL: Электронный ресурс. Доступно на: https://teknoblog.ru/2020/04/14/105006?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com.- Дата доступа: 14.10.2020 г.

5. URL: Электронный ресурс. Доступно на: https://zen.yandex.ru/media/show_me_world/padenie-ekonomiki-vedusih-stran-mira-vo-ii-kvartale-2020-5f3395f56080f7a4d9e4bf.- Дата доступа: 21.10.2020 г.

6. URL: Электронный ресурс. Доступно на: https://www.gazeta.ru/business/news/2020/10/14/n_15080611.shtml.- Дата доступа: 14.04.2020 г.

7. URL: Электронный ресурс. Доступно на: <https://www.gazeta.ru/business/2020/04/14/13048603.shtml.-> Дата доступа: 14.10.2020 г.

8. Киевич, А.В. Программа вновь избранного президента США как олицетворение изменений на макроэкономическом уровне глобальной экономики. / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. – 2016. – № 11 (231). – С. 12-24.

9. URL: Электронный ресурс. Доступно на: https://www.rbc.ru/economics/19/11/2020/5fb6295d9a79478150a4b031?from=from_main_6.- Дата доступа: 19.11.2020 г.

М.М. Кирикович

Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Беларусь

M. Kirikovich

Brest State Technical University, Brest, Belarus

УСТРОЙСТВО ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЁЖНЫХ СИСТЕМ

DEVICE OF ELECTRONIC PAYMENT SYSTEMS

В мире электронных документов подписание файла с помощью графических символов теряет смысл, так как подделать и скопировать графический символ можно бесконечное количество раз. Электронная цифровая подпись (ЭЦП) является полным электронным аналогом обычной подписи на бумаге, но реализуется не с помощью графических изображений, а с помощью математических преобразований над содержимым документа.

In the world of electronic documents, signing a file using graphic symbols makes no sense, since a graphic symbol can be forged and copied an infinite number of times. Electronic Digital Signature (EDS) is a complete electronic analogue of a regular signature on paper, but it is implemented not using graphic images, but using mathematical transformations over the content of the document.

При всем многообразии электронных платежных систем, представленных на рынке, они имеют некоторые общие черты. В каждой системе есть как минимум один плательщик и один получатель. Перевод денег от плательщика к получателю обеспечивается определенной последовательностью действий: протоколом электронных платежей. Теоретически обе стороны могут общаться напрямую (современный криптографический аппарат позволяет это), но практически эта схема ненадежна, и должны быть введены так называемые «финансовые институты», которые связывают электронный перевод с реальным движением средств. Банк и любой другой доверенный офис, доверенный участникам обмена, также могут выступать в роли "финансового учреждения". Кстати, банки очень осторожно относятся к рискованным экспериментам с виртуальной ликвидностью. По сути финансовые институты сами являются разработчиками платежных систем, которые в принципе не могут предоставить реальные деньги всем электронным подразделениям. Чтобы хоть как-то сгладить углы и удержать систему от падения, привлекаются дополнительные игроки...

Финансовый институт, который принимает деньги от плательщика, называется эмитентом. Институт, который передает их получателю, является покупателем. Эмитент и покупатель могут осуществлять перевод по любому протоколу оплаты и даже быть единым, обслуживая как плательщиков, так и получателей [1].

Если все собрано в одно, платежная система называется централизованной, что, во-первых, означает постоянную «перегрузку» центрального сервера, а во-вторых – подрыв доверия к системе (возможность оппортунистического поведения). Вот почему центральный финансовый институт обычно передает часть своих прав сторонним офисам, контролируя их деятельность или не контролируя их. В контроле присутствуют положительные и отрицательные стороны. «Преимущество» заключается в том, что центр несет ответственность за все: если эмитент исчез с деньгами других, они оплачиваются «материнской» организацией. С другой стороны, в такой системе инициатива оказывается подавленной, а конкуренции нет, что означает, что спектр предоставляемых услуг невелик.

Если нет контроля, любой может работать с электронными деньгами. Нет необходимости запрашивать одобрение «центра», и поэтому любые услуги могут быть введены в случае спроса. Ценой этого является отсутствие гарантий. Если вас кто-то обманул, вы можете связаться только с прокуратурой, но просить возмещение денежных средств у других участников рынка бесполезно.

В банковском мире действует первая схема. Центральный банк контролирует все коммерческие банки и, в случае малейшего подозрения, немедленно вмешивается в процесс. И если банк, в котором размещены деньги, внезапно исчез, все долги переводятся в Центральный банк. Но спектр предоставляемых услуг остается на недостаточно развитом уровне, так как он контролируется Центральным банком. Электронные платежные системы могут использовать первую или вторую схему или их комбинацию. Таким образом, на рынке появятся как «доверенные» офисы, так и «серые» участники, которым люди доверяют только на свой страх и риск.

Служба дистанционного банковского обслуживания позволяет повысить эффективность частного бизнеса с минимальными усилиями его владельцев. В то же время гарантируется следующее: экономия времени (нет необходимости связываться с банком лично, оплата может быть произведена в любое время); удобство работы (все операции выполняются с персонального компьютера в обычной корпоративной среде); высокая скорость обработки платежей (оператор банка не вводит данные заново с бумажного оригинала, что позволяет исключить ошибки ввода и сократить время обработки платежного документа); контролировать состояние документа во время его обработки; получить информацию о движении денежных средств на счетах.

Однако, несмотря на очевидные преимущества, электронные платежи пока не очень популярны, поскольку клиенты банка не уверены в своей безопасности. Это происходит главным образом из-за широко распространенного убеждения, что некоторые хакеры могут легко взломать компьютерные сети. Этот миф прочно укоренился в человеческом разуме и регулярно публикуется в средствах массовой информации о нападениях на другой веб-сайт, что еще больше укрепляет эту точку зрения. Но времена меняются, и электронные средства связи рано или поздно заменят личное присутствие плательщика, который желает сделать банковский перевод с одного счёта на другой.

Сегодня можно гарантировать безопасность банковских операций. Это гарантируется современными методами шифрования, используемыми для защиты электронных платежных документов. Прежде всего, это ЭЦП, соответствующая ГОСТ 34.10-94. С 1995 года он успешно применяется к Банку России. Так есть ли сомнения в надежности ЭЦП, если его использование проверено временем и уже как-то затрагивает всех граждан страны?

Цифровая подпись является гарантией безопасности. Согласно стандартному соглашению между банком и клиентом, наличие достаточного количества авторизованных цифровых подписей уполномоченных лиц в электронном документе является основой банковских операций на счетах клиентов. Цифровая подпись должна создаваться и проверяться сертифицированным программным обеспечением FAPSI. Сертификация EDS является гарантией того, что данная программа выполняет криптографические функции в соответствии со стандартами ГОСТ и не выполняет разрушительных действий на компьютере пользователя [1,2].

Чтобы вставить электронную цифровую подпись в электронный документ, вам необходимо иметь соответствующий ключ, который можно сохранить на носителе ключей. Современные ключевые носители («e-Token», «USB-накопитель», «Touch-Memory») напоминают по форме брелоки и их можно носить в связке обычных ключей. Дискеты также могут быть использованы в качестве ключевого носителя информации.

Если клиент желает использовать в расчётах с банком электронные платежи, необходимо заключить договор, получить в банке необходимую документацию и программное обеспечение. Затем вам необходимо настроить программное обеспечение на вашем компьютере (согласно документации) и сгенерировать ключи цифровой подписи. Вы можете подписать документ в электронной форме цифровой подписью, вставив в компьютер ключевой носитель. Затем носитель должен быть удален и храниться в безопасном месте: никто не может подделать личную электронную подпись без ключа. Чтобы защитить платежные документы от просмотра, содержащаяся в них информация шифруется при передаче в банк и наоборот.

Каждый ключ ЭЦП является аналогом собственноручной подписи уполномоченного лица. Если организация обычно подписывает бумажные «платежи» от директора и главного бухгалтера, лучше всего поддерживать ту же процедуру в электронной системе и предоставлять различные ключи ЭЦП уполномоченным лицам. Однако можно использовать ЭЦП: этот факт должен быть отражен в соглашении между банком и клиентом.

Ключ ЭЦП состоит из двух частей: закрытой и открытой. Открытая часть (открытый ключ) после генерации владельцем представляется сертификационному органу, роль которого, как правило, играет банк. Открытый ключ, информация о его владельце, назначение ключа и другая информация подписываются цифровой подписью Удостоверяющего центра. Таким образом создается сертификат электронной цифровой подписи, который должен быть зарегистрирован в системе электронных расчетов банка [2].

Литература

1. Введение в электронные платёжные системы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketing.spb.ru> – Дата доступа: 06.03.2020.

2. Система электронных платежей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> – Дата доступа: 06.03.2020.

Л.С. Климченя, С.Л. Флерко
Белорусский государственный экономический университет,
Минск, Республика Беларусь

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Усиление конкуренции на рынке товаров и услуг, формирование нового поколения покупателей, которые предъявляют все более высокие требования к удобству при выборе товаров и совершении покупки, привело к постоянному росту покупателей, осуществляющих свои покупки в Интернет. Выбор товаров сегодня не ограничивается географическими рамками, а предоставление большого ассортимента товаров уже не гарантирует приток новых покупателей. Все эти факторы предопределили необходимость переосмысления субъектами торговли стратегий взаимодействия с покупателями. В статье авторы провели анализ развития интернет-магазинов в Беларуси, выявили при этом факторы, оказывающие влияние на потребительское поведение при совершении покупок в Интернет. Однако, несмотря на то, что в Беларуси отмечается рост количества интернет-магазинов, электронная торговля значительно отстает от традиционной продажи товаров. В этом плане актуально выявление мотивов покупателей при выборе товаров в Интернет.

Ключевые слова: интернет-магазин, поведение потребителей, интернет-пользователи, цифровая экономика, потребительский рынок.

Развитие информационных технологий влияет не только на бизнес, изменяя его формы и способы ведения, но и на потребителей, меняя модели потребительского поведения.

Согласно данным Глобального социально-ориентированного креативного агентства «We Are Social», аудитория интернета перешагнула 4 млрд человек, составив 4,39 млрд человек на начало 2019 г., что соответствует 57 % всего населения планеты (т.е. уровень проникновения интернета 57 %) [1]. Для сравнения в Беларуси приведенный показатель проникновения интернета на начало 2019 года составил 74 %, а в Российской Федерации – 76 %, что позволяет сделать вывод о превышении среднемирового показателя, а следовательно достаточно активном использовании населением интернета. При этом 85 % всех интернет-пользователей России пользуются интернетом каждый день, а 11 % – не менее раза в неделю. Ежедневно в интернет заходят и более 80 % белорусских пользователей [1]. Каждый второй белорус совершает покупки в интернете.

Информационно-коммуникационные технологии активно применяются в реальных секторах экономики, в первую очередь в торговле, что нашло отражение в развитии такой формы осуществления торговли как электронная торговля. На потребительском рынке пользуются популярностью интернет-магазины, а для их сети характерно постоянное увеличение. Первый интернет-магазин в Беларуси появился 20 лет назад (1999 год). За этот период сеть интернет-магазинов увеличилась почти до 20 тыс. магазинов. По состоянию на 1 января 2019 года по данным Торгового реестра Министерства антимонопольного регулирования и торговли (МАРТ) Республики Беларусь их количество достигло 19412 единиц (рисунок 1).

Как видно на рисунке 1, наиболее активно сеть интернет-магазинов формировалась в период 2012-2014 годов. Хотя, темп роста количества интернет магазинов своего максимума достиг в период 2006-2010 годов, составив 800 %, т.е. сеть интернет-магазинов увеличилась в 8 раз. С 2016 года сеть интернет-магазинов прирастает в среднем на 3000 сайтов.

Развитие сети интернет-магазинов влечет и увеличение их доли в структуре розничного товарооборота. В 2017-м белорусский рынок электронной торговли увеличился на 25 %, в 2018-м – на 20 %. По оценке специалистов, работающих в сегменте розничной торговли, в 2018 году онлайн-продажи товаров и услуг превысили 1,352 млрд руб. и составили 3,1% от розничного оборота страны. Этот показатель сопоставим со странами Центральной Европы, где онлайн продается 5 % от всех товаров. [2].

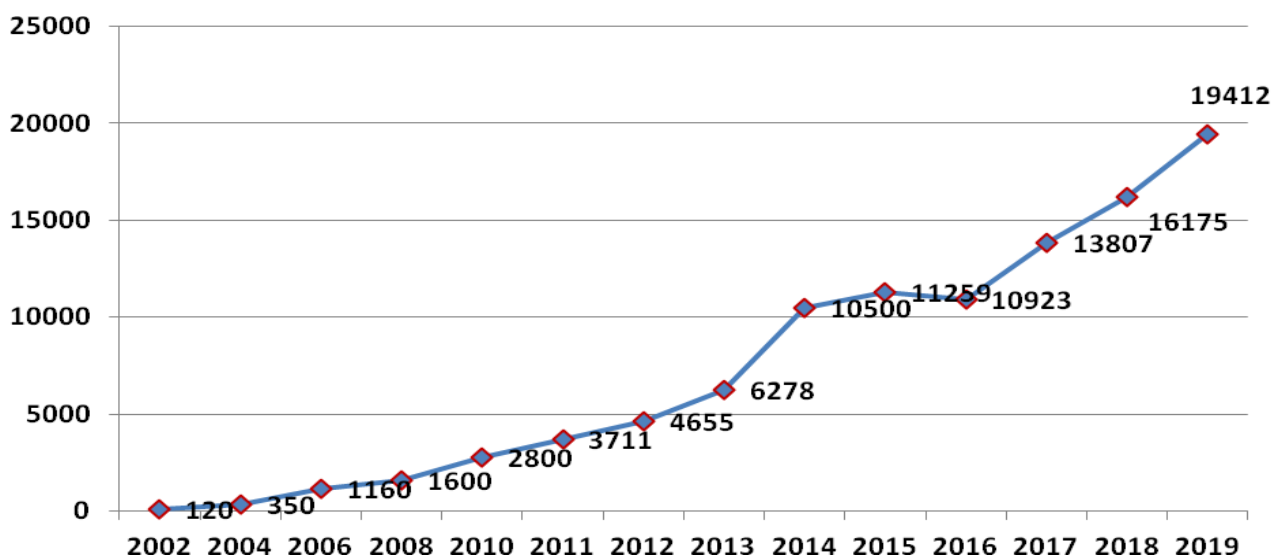


Рисунок 1 – Количество интернет-магазинов в Беларуси, ед. (на начало года)

Следует отметить, что на потребительское поведение в условиях цифровой экономики оказывает влияние целый ряд факторов:

- 1) развитие информационно-коммуникационных технологий и вызванные ими экономические процессы, которые результируются в новом качестве жизни;
- 2) либерализация торговли;
- 3) совершенствование системы регулирования потребительского рынка;
- 4) повышение уровня благосостояния населения;
- 5) большая информационная насыщенность, интеллектуализация товаров;
- 6) появление новых форм занятости и, как следствие, новых источников доходов;
- 7) процессы социализации.

Приведенные факторы обуславливают следующие системные преобразования потребительского поведения:

- в условиях повышения информированности потребителя возрастает возможность принятия более гибких и целесообразных решений;
- происходят изменения в структуре потребления (увеличивается потребление нематериальных благ и информационных товаров);
- формируются и развиваются индивидуализированные модели потребительского поведения;
- изменяются его качественные характеристики;
- приоритет инновационной ценности потребительских благ;
- появляются новые трудности, связанные многоальтернативностью потребительского выбора.

При этих условиях цифровой экономики и активного использования информационно-коммуникационных технологий потребители сталкиваются с большими объемами информации, зачастую избыточной информации. Избыток информации о товарах (работах, услугах) создает для потребителя, реализующего свой выбор на рынке, двойственную ситуацию. С одной стороны, в ситуации огромного массива информации у потребителя повышается степень вероятности получения наиболее значимой и актуальной информации для принятия требуемого решения. С другой стороны, в такой ситуации затрудняется сам процесс поиска и выбора полезной информации из большого информационного потока.

Следует отметить, что потребителям для принятия решений с целью удовлетворения своих потребностей регулярно требуется систематическая своевременная информация. Среди этой информации выделяют сведения о товарах, ценах, акциях, условиях доставки и оплаты. Получения любой информации, а в первую очередь необходимой для принятия

потребителем решения, связано с использованием ряда ресурсов: когнитивных, временных и экономических. Много информации не всегда лучше для потребителя. Потребитель должен проанализировать имеющуюся информацию, т.е. обработать ее, а следовательно, надо учитывать его способности к этому. Для принятия правильных решений о покупке товаров, услуг важен не только объем информации, но и ее качество информации.

Согласно проводимым исследованиям, большинство белорусов покупает товары как в отечественных, так и в зарубежных интернет-магазинах. Всего 9 % белорусов приобретает товары только в зарубежных интернет-магазинах. В первую очередь за рубежом белорусы покупают косметику и парфюмерию, технику и электронику, товары для детей и одежду. Причем в сравнении с 2018 годом белорусских покупателей косметики в зарубежных интернет-магазинах стало на 7 % больше, а покупателей одежды меньше на 10 %, покупателей техники на 3 % и детских товаров на 5 % меньше.

Средний чек в белорусских интернет-магазинах и зарубежных отличается в 2,5 раза. В отечественных интернет-магазинах средний чек за 2018 год уменьшился на 3 рубля (1,5 долл. США) и составил 70 рублей; в зарубежных – вырос с 20 рублей до 25. Больше всего белорусы заказывают товаров из Китая. На втором месте – США, на третьем – Польша, а на четвертом – Россия.

Белорусский потребитель крайне чувствителен к цене, поэтому основная причина совершения покупок в зарубежных интернет-магазинах – это низкая стоимость товара. Вторая причина - это ассортимент. При этом у белорусского покупателя сложился высокий уровень доверия к покупкам на китайских сайтах [3].

Развитие информационно-коммуникационных технологий, новых форм осуществления торговли, появление платежных систем и т.д. меняет и профиль потребителя, занимающего активную коммуникационную позицию и использующего интернет для покупок. В условиях цифровой экономики можно предложить следующие характеристики современного потребителя:

- интеллектуальность,
- свобода выбора,
- способность к сетевому взаимодействию,
- мобильность,
- креативность.

Современный потребитель стал более требовательный в своем выборе, т.к. он много знает о своих правах (достаточно развито законодательство о защите прав потребителей), имеет доступ к информации о тенденциях и новинках на потребительском рынке. Все это формирует его ожидания от товарного предложения в целом на потребительском рынке и уровне обслуживания.

Учитывая, что в сети месторасположение не относится к ключевому фактору успеха торгового объекта, то уровень обслуживания можно рассматривать именно как фактор доминирования на потребительском рынке. Согласно проведенным исследованиям (по данным на Deal.by), в 2018 году белорусы в 2 раза чаще выбирали в интернет-магазинах онлайн-способы оплаты и в 8 раз чаще заказывали доставку. При этом следует помнить, что 80 % продаж приносит интернет-магазинам лояльная аудитория. Именно наличие лояльной аудитории следует рассматривать как важнейшее конкурентное преимущество интернет-магазина. Однако действующая сеть белорусских интернет-магазинов имеет определенные проблемы с такой составляющей лояльности как доставка товаров. Основная причина – концентрация владельцев интернет-магазинов (а условно и самих интернет-магазинов) в Минске. Так, по данным Торгового реестра МАРТа из 19412 интернет-магазинов, зарегистрированных в нем, на 01.01.2019 года 12443 интернет-магазина (64,9 %) зарегистрированы в г. Минске. Учитывая, что г. Минск имеет статус самостоятельной административно-территориальной единицы, то на оставшиеся 6 административно-территориальные единицы (области республики) приходится 35,9 % количества интернет-магазинов. Средний показатель по областям составил на начало 2019 г. почти 6 %, что меньше показателя для столицы в 10 раз.

Количество интернет-магазинов в Беларуси за последние пять лет увеличилось более чем на 10 тыс. (или на 94 %). По состоянию на 1 июля в Торговом реестре зарегистрирован 24021 интернет-магазин (прирост к началу 2020 года – 6,5 %), из которых 11406 (47,5 %) принадлежат юридическим лицам, 12615 (52,5 %) – ИП. 63% интернет-магазинов зарегистрированы в Минске.

Распределение интернет-магазинов с учетом их регистрации выглядит следующим образом:

- Брестская область — 1354 (5,6 %);
- Витебская область — 910 (3,8 %);
- Гомельская область — 1113 (4,6 %);
- Гродненская область — 984 (4,1 %);
- Минск — 15059 (62,7 %);
- Минская область — 3670 (15,3 %);
- Могилевская область — 931 (3,9 %).

Данный фактор обуславливает зависимость уровня обслуживания интернет-магазина от его административной регистрации и нахождения покупателя. Покупатели столицы имеют более высокое качество обслуживания, что в первую очередь осуществляется за счет обеспечения доставки покупок чаще на следующий день (зависит от времени заказа). Региональным покупателям предлагается доставка в течение 7-10 дней.

В настоящее время наблюдается активный переход клиентов из традиционных магазинов в электронные, и задача интернет-магазинов состоит не только в привлечении клиентов, но и в удержании этих клиентов. Одним из инструментов решения этой задачи может стать адаптация комплекса маркетинга к специфике электронной торговли. К разным клиентам должен быть разный подход в зависимости от того, что субъект торговли знает о том или ином клиенте.

Проведенное исследование выявило, что частота совершаемых интернет-покупок варьируется в зависимости от географического положения покупателей. При этом поведение покупателя в сети аналогично ситуации в магазине. Психология пользователей в сети достойна научного подхода и пристального изучения: цифровые технологии меняют наш мир, наше поведение.

Сегодня покупателям доступна вся информация о товаре и ценах на него. Потребители сравнивают товар с его аналогами, предложениями других продавцов и только после этого принимают решение о покупке. Для максимального удовлетворения требований покупателей необходимо тщательно собирать информацию о потенциальных клиентах, изучать их, пытаться максимально точно понять их реальные тревоги и приблизиться к их ожиданиям. Желание продать всё и всем сразу – одна из наиболее распространенных ошибок торговли в Интернет. Покупатели разных категорий товаров и услуг имеют свои особенности и типичные поведенческие характеристики, которые следует учитывать при создании интернет магазина.

Литература

1. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/>. – Дата доступа: 10.11.2020.

2. С чем встретили 2019 год: на вопросы belretail.by отвечают ТОП-менеджеры крупнейших ритейлеров Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belretail.by/article/s-chem-vstretili-god-na-voprosyi-belretail-by-otvechayut-top-menedjeryi-krupneyshih-riteylerov-belar>. – Дата доступа: 09.11.2020.

3. 30 тысяч посылок в день. Что белорусы покупают в зарубежных интернет-магазинах и сколько тратят [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.tut.by/news642139.html>. – Дата доступа: 10.11.2020.

О.А. Ковалевич

Брестский государственный технический университет, Брест, Беларусь

O.A. Kovalevich

Brest state technical university, Brest, Belarus

ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

FINANCIAL SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

В статье рассматривается роль субъектов малого и среднего предпринимательства в экономике страны, критерии отнесения организаций к субъектам малого и среднего предпринимательства, способы финансирования инновационных проектов и финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в Беларуси.

The article considers the role of small and medium-sized businesses in the country's economy. There are the criteria for classifying organizations as small and medium-sized businesses, ways to finance innovative projects and financial support for small and medium-sized businesses in Belarus.

17 октября 2018 г. Совет Министров Республики Беларусь принял постановление № 743 «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года». В соответствии с данной стратегией в Беларуси особое внимание будет уделяться формированию динамично развивающегося сектора малого и среднего предпринимательства, способного не только существенно улучшить структуру белорусской экономики, повысив ее конкурентоспособность, но и обеспечить эффективную занятость и рост доходов населения [1].

Задачи, поставленные в данной стратегии, предполагается выполнять при согласованных действиях органов государственной власти и бизнеса. В результате реализации Стратегии планируется к 2030 г. довести долю субъектов малого и среднего предпринимательства в общем объеме валовой добавленной стоимости страны до 50 %.

В настоящее время в Беларуси, как и во многих других странах, малый и средний бизнес является неотъемлемой частью рыночной системы хозяйствования, способствующим созданию эффективной конкурентной экономики, обеспечивающей высокий уровень и качество жизни населения. Субъекты малого и среднего предпринимательства являются не только ключевой «точкой роста» экономики страны, способной обеспечивать ее конкурентоспособность, но и базой для реализации предпринимательской активности населения, основой для формирования и расширения среднего класса. Предпринимательская сфера является мощным инструментом борьбы с безработицей, представляющим широкие возможности для самозанятости населения.

В соответствии с законом Республики Беларусь о поддержке малого и среднего предпринимательства к субъектам малого предпринимательства относятся [2]:

- индивидуальные предприниматели;
- микроорганизации (коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно);
- малые организации (коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно).

К субъектам среднего предпринимательства относятся коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

Финансовая поддержка – очень важный этап в развитии не только малого и среднего предпринимательства, но и любого инновационного проекта. Развитие сектора малого и среднего предпринимательства в значительной степени зависит от способности получать и успешно использовать финансовые ресурсы. В этом отношении недостаток капитала является одной из основных трудностей, с которыми сталкиваются белорусские предприниматели.

Финансирование – самый трудный вопрос в реализации проекта. Кредитование малых предприятий рассматривается банками как значительный риск вследствие отсутствия у

субъектов хозяйствования деловой репутации, а также обеспечения в достаточном объеме. Коммерческие банки для снижения своих рисков требуют большое количество залога при высоком качестве залогового обеспечения. Отказ банков в выдаче кредитов субъектам малого предпринимательства происходит по причине их неспособности предоставить требуемое обеспечение.

Кроме традиционного банковского кредитования имеются альтернативные способы найти денежные средства на развитие проекта. Рассмотрим некоторые из них:

1. FFF (family, friends and fools). В переводе с английского «семья, друзья и дураки». Где найти «дураков»? Как правило, это друзья друзей. Здесь возможен риск получить в партнеры компанию людей, которые не понимают всей рискованности венчурных инвестиций. К плюсам данного способа финансирования проекта можно отнести лояльность и непридирчивость инвесторов к сложным процессам, процедурам, оформлению презентаций, детальным отчетам. Минусами данного типа инвесторов является возможность испортить отношения с близкими в случае провала проекта. Чтобы уклониться от этого, нужно на самом старте предпринимательской деятельности точно конкретизировать, на что будут потрачены денежные средства, т.е. подготовить сценарий развития событий.

2. Бизнес-ангелы. Данные инвесторы (частные лица) обычно вкладывают личные средства на самых ранних этапах развития бизнеса. Найти бизнес-ангелов можно на выставках стартапов, хакатонах или других тематических мероприятиях. Самое главное – успеть качественно рассказать об инвестиционном проекте. Бизнес-ангелов также можно попробовать найти на специализированных мировых площадках: AngelList, StartupPoint или PitchBook и др.

3. Краудфандинг (от англ. Crowdfunding – финансирование толпой). Данный тип финансирования предполагает любые коллективные инвестиции в проекты разной направленности, т.е. группа людей предоставляет денежные средства в основном посредством интернета автору на создание и развитие проекта, а автор впоследствии отчитывается о проделанной работе и выплачивает вознаграждение фаундерам, если на это было соглашение. Краудфандинг производится по следующей схеме:

- у предпринимателя появляется какая-либо идея;
- он объявляет сбор средств на сайте (специальной краудфандинг платформе);
- сбор денежных средств от инвесторов;
- когда нужная сумма собрана, проект воплощается;
- предприниматель отчитывается перед инвесторами.

Вознаграждения в краудфандинге:

- денежное;
- изделие/готовый продукт;
- подарок от организаторов (благодарность, скидка и т.д.).

4. Акселераторы. В отличие от бизнес-ангелов, акселераторы могут не только профинансировать проект, но и помочь в бизнес-процессах, поставить продажи, а потом представить инвесторам поздних стадий. Их цель – ускорить первые этапы реализации проекта, научив авторов идей анализировать бизнес-гипотезы для того, чтобы понять успешная идея или нет. Занимает это 3-6 месяцев. У акселераторов всегда имеется свой круг партнеров-инвесторов, которые могут взять проект под финансирование на поздних этапах его развития.

5. Гранты и конкурсы. Гранты, как правило, направлены на ускорение развития отдельных отраслей или технологических направлений. Они не требуют оплаты, но требуют победы в конкурсе и четкого следования программе использования после получения финансирования. С точки зрения гибкости – это минус, поскольку у предпринимателя не получится резко изменить направление развития своего дела. Но с точки зрения стоимости денег – это безусловный лидер, потому что не нужно отдавать ни доли, ни сами гранты, ни проценты за их пользование.

6. Венчурные фонды – инвестиционные фонды, деятельность которых направлена на работу с современными инновационными предприятиями (в том числе стартапами). Подобная деятельность сопряжена со значительными рисками, поскольку денежные средства вкладываются в компании, которые только появились и начали развиваться. Суть работы

фонда хорошо передает его название: «venture» переводится с английского как «рискованное предприятие». Венчурный фонд вкладывает деньги в особо рискованные предприятия, тем самым покупая контрольный пакет акций, и управляет им до момента выхода на окупаемость. Схема работы венчурного фонда:

- команда стартапа/инновационного проекта подает заявку на финансирование;
- специалисты фонда проводят комплексный анализ экономической целесообразности финансирования этого проекта;
- участники фонда (инвесторы) вкладывают средства в виде денег или «комитентов»;
- управляющая компания вносит свою долю средств;
- проект подкрепляется юридической и организационной базой;
- идет последовательное выделение средств на запуск, развитие и поддержку проекта на разных его стадиях;
- фонд осуществляет контроль за реализацией проекта, оказывая при необходимости поддержку проектной команде (3-10 лет);
- непосредственный выход из проекта путем продажи акций или долей: на фондовом рынке, корпоративным или индивидуальным инвесторам и т.д.

Рассмотренные способы финансирования подходят для инновационных проектов, стартапов. Чтобы воспользоваться перечисленными выше способами финансирования, предприниматель должен убедить инвесторов в конкурентоспособности и востребованности на рынке своего проекта.

Финансовая поддержка малого и среднего бизнеса в Беларуси оказывается государством. Она предоставляется за счет средств республиканского и местных бюджетов, других источников в рамках государственных программ развития малого и среднего предпринимательства. На местном уровне такая поддержка оказывается облисполкомами (Минским горисполкомом), на республиканском – Белорусским фондом финансовой поддержки предпринимателей.

Белорусским фондом оказывается финансовая поддержка по следующим направлениям: предоставление субъектам малого предпринимательства денежных средств на возвратной основе (заем), предоставление имущества на условиях финансовой аренды (лизинга), предоставление гарантий по льготным кредитам, в том числе микрокредитам, выдаваемым банками Республики Беларусь за счет средств местных бюджетов, предусмотренных программами государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и размещенных во вклады (депозиты) этих банков [3].

Финансирование субъектам малого предпринимательства может быть оказано областными и Минским городским исполнительными комитетами путем предоставления: финансовых средств на возвратной возмездной или безвозмездной основе, субсидий для возмещения части процентов за пользование банковскими кредитами, субсидий для возмещения расходов на выплату лизинговых платежей по договорам финансовой аренды (лизинга) в части оплаты суммы вознаграждения (дохода) лизингодателя, субсидий для возмещения части расходов, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях либо с их организацией [4].

С августа 2014 года Банком развития Республики Беларусь реализуется программа финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства. Практическая реализация программы осуществляется банками-партнерами и лизинговыми компаниями, которым Банк развития предоставляет финансовые ресурсы. Затем банки и лизинговые компании отбирают по согласованным с Банком развития критериям непосредственных заемщиков, проводят оценку их финансового состояния и предполагаемых к реализации проектов, а также принимают решения о выдаче кредита по оговоренной предельной ставке. Участниками программы являются 11 банков-партнеров (ОАО «Белгазпромбанк», ОАО «Белинвестбанк», ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», ЗАО «МТБанк», ОАО «БНБ-Банк», «Приорбанк» ОАО, ЗАО «Альфа-Банк», ЗАО «БТА Банк», ОАО «Банк Дабрабыт», ОАО «Паритетбанк»), и 4 лизинговые компании (ОАО «Промагролизинг», СООО «Райффайзен-Лизинг» и ООО «АСБ Лизинг», ОАО «Агролизинг») [5].

Государственная финансовая поддержка предоставляется субъектам малого предпринимательства при реализации ими инвестиционных проектов, бизнес-проектов по следующим направлениям:

- создание, развитие и расширение производства товаров (работ, услуг);
- расширение экспортного потенциала, производство импортозамещающей продукции;
- производство продукции, направленной на энерго- и ресурсосбережение;
- внедрение новых технологий.

Финансовая поддержка предоставляется на конкурсной основе под создание рабочих мест (за исключением льготного кредитования и субсидий для возмещения части расходов, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях или с их организацией).

Финансовая поддержка на открытие своего дела оказывается безработным гражданам, официально зарегистрированными в органах по труду, занятости и социальной защите Республики Беларусь за счет средств бюджета государственного внебюджетного фонда социальной защиты населения. Стандартный размер субсидии – 11-кратная величина бюджета прожиточного минимума в среднем на душу населения, действующего на дату заключения договора с безработным о предоставлении субсидии. В некоторых случаях субсидия может предоставляться в 15- или 20-кратном размере. Средства, предоставленные безработному в виде субсидии, могут быть использованы на приобретение оборудования, инструментов, машин и механизмов, сырья, материалов, оплату услуг, другие цели, связанные с организацией предпринимательской деятельности. Субсидию на организацию предпринимательской деятельности можно получить только один раз [6].

Литература

1. Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 17 окт. 2018 г., № 743 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/file460eda1b6cf093ea.PDF>. – Дата доступа: 20.11.2020.

2. О поддержке малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 1 июля 2010 г. N 148-3 : принят Палатой представителей 26 мая 2010 года : одобр. Советом Респ. 15 июня 2010 года (в ред. Законов Республики Беларусь от 10.07.2012 N 426-3, от 12.07.2013 N 57-3, от 30.12.2015 N 344-3, от 9.01.2018 N 91-3) // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/-document/?guid=3871&p0=H11000148>. – Дата доступа: 20.11.2020.

3. Государственная финансовая поддержка, оказываемая Фондом [Электронный ресурс] // Официальный сайт Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей. – Режим доступа: <http://belarp.by/ru/state-help/gosfinfond>. – Дата доступа: 20.11.2020.

4. Источники и способы финансирования субъектов МСП [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/fin-msb-ru>. – Дата доступа: 20.11.2020.

5. Поддержка МСП [Электронный ресурс] // Официальный сайт Банка Развития Республики Беларусь. Режим доступа: <https://brrb.by/activity/support-to-smes>. – Дата доступа: 20.11.2020.

6. Положение о содействии безработным в организации предпринимательской деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, ремесленной деятельности [Электронный ресурс]: утвер. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь 07.03.2008 № 342 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3961&p0=C20800342>. – Дата доступа: 20.11.2020.

Е.Е. Козловская
аспирант, кафедра банкинга и финансовых рынков,
Полесский государственный университет, г. Пинск, РБ

Kozlovskaya E.E., graduate student,
Department of Banking and Financial Markets
Polessky State University, Pinsk, Belarus

СПЕЦИФИКА МЕСТНЫХ БЮДЖЕТО В РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

SPECIFICITY OF LOCAL BUDGETS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Аннотация. Современный этап экономического развития РБ характеризуется всё усиливающейся тенденцией переноса на местный уровень практического решения задач непосредственного обеспечения жизнедеятельности населения, повышения качества его жизни, удовлетворения социальных нужд.

Ключевые слова: бюджетная система Республики Беларусь, местные бюджеты, доходы, расходы, налоги.

Annotation. The current stage of the economic development of the Republic of Belarus is characterized by an ever-increasing tendency to transfer to the local level the practical solution of problems of direct support of the population's life, improving the quality of its life, and meeting social needs.

Key words: budgetary system of the Republic of Belarus, local budgets, revenues, expenses, taxes.

Немаловажную роль в бюджетной системе Республики Беларусь (РБ) занимают местные бюджеты, структура которых отражена на рисунке 1.

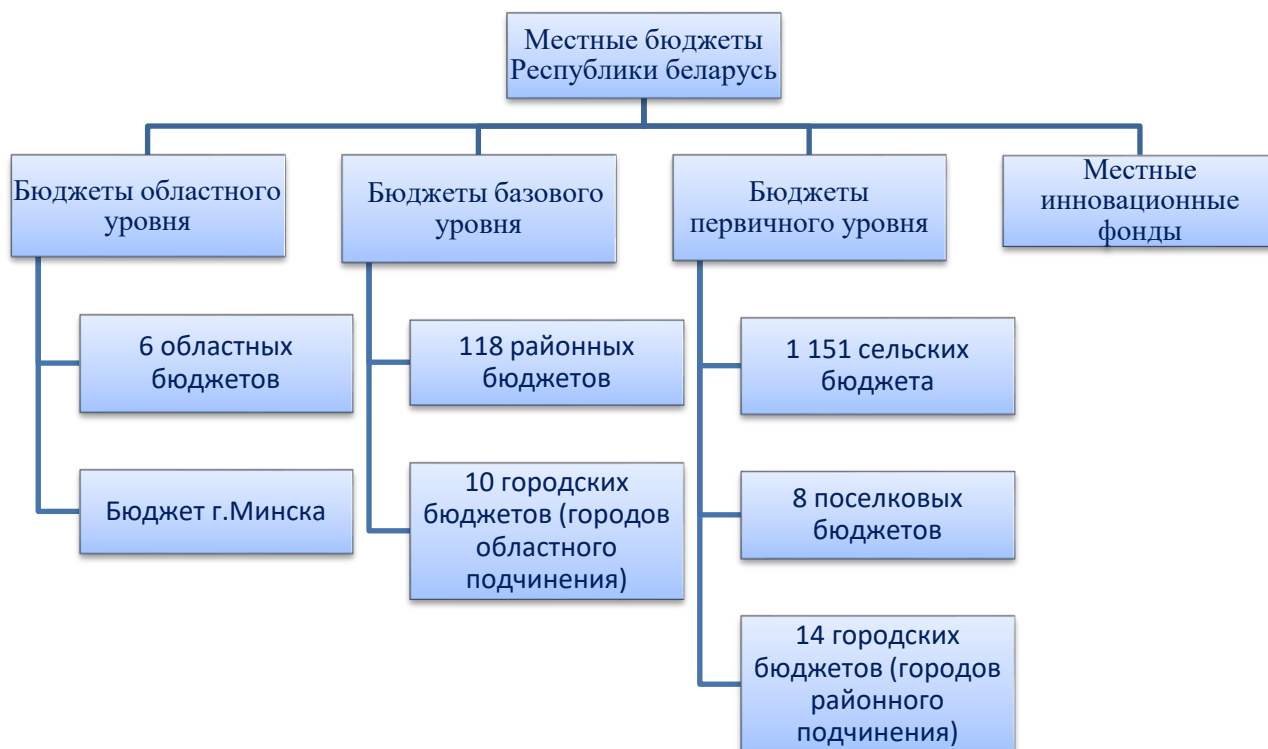


Рисунок 1 – Структура местных бюджетов РБ [1]

К местным бюджетам относятся областные, районные, городские бюджеты, бюджеты поселков городского типа и сельсоветов, а также местные инновационные фонды.

Местные бюджеты формируются с учётом необходимости выполнения социальных стандартов и гарантий государства перед гражданами, а также своевременного и полного исполнения долговых обязательств регионов [1].

У бюджетов первичного и базового уровня много общих моментов в организации и практике исполнения, потому законодательство РБ часто применяет к этим типам бюджетов общие правила и требования[2].

Все функции местных бюджетов можно упрощенно представить в виде схемы, представленной на рисунке 2.

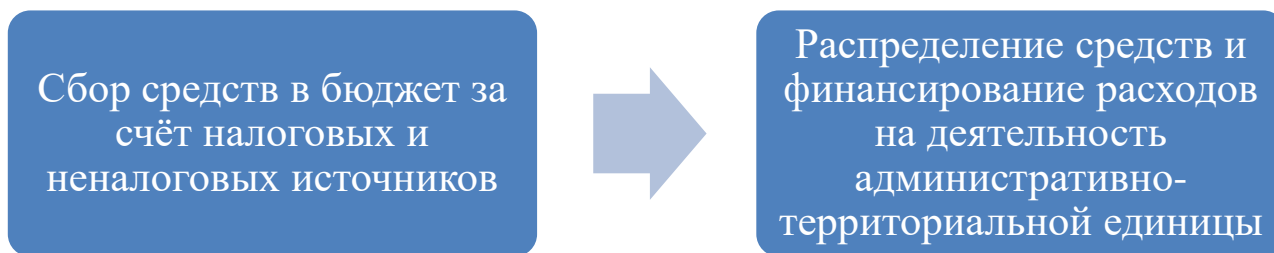


Рисунок 2 – Схема входа-выхода средств местных бюджетов РБ

Доходы местных бюджетов формируются, прежде всего, за счёт республиканских налогов, полностью или частично поступающих в местные бюджеты, а также за счёт местных налогов и сборов, которые целиком зачисляются в местные бюджеты [3].

В таблице 1 представлено распределение доходов консолидированного бюджета Республики Беларусь между бюджетами различного уровня на 2020 год.

Таблица 1 – Распределение доходов консолидированного бюджета РБ между бюджетами различного уровня на 2020 год

	Республиканский бюджет	Местные бюджеты
Всего доходов (с учётом межбюджетных трансфертов)	46,1%	53,9%
Всего доходов (без учёта межбюджетных трансфертов)	61,8%	38,2%
Подходный налог		100%
Налог на прибыль	40,1%	59,9%
Налоги на собственность		100%
НДС	75,44%	24,56%
Акцизы	100%	
Налоги от внешнеэкономической деятельности	100%	
Прочие налоговые и неналоговые поступления	61,9%	38,1%

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4].

Исходя из данных таблицы 1, можно сделать вывод, что основными источниками формирования доходов местных бюджетов являются:

- ✓ подходный налог с физических лиц;
- ✓ налог на прибыль, уплачиваемый негосударственными и коммунальными организациями;
- ✓ налоги на собственность (земельный налог и налог на недвижимость).

В таблице 2 представлена структура налоговых и неналоговых доходов местных бюджетов в 2020 году.

Данные таблицы 2 позволяют сделать вывод, что в структуре доходов местных бюджетов наибольший удельный вес занимают подходный налог с физических лиц, НДС и налог на прибыль. Неналоговые поступления занимают наименьшую долю.

Таблица 2 – Налоговые и неналоговые доходы местных бюджетов Республики Беларусь в 2020 году

	Значение, млн. рублей	Уд.вес, %
Подходный налог с физических лиц	6 336,9	39,7
Налог на добавленную стоимость	3 000,3	18,8
Налог на прибыль	2 464,3	15,4
Налог на собственность	1 376,9	8,6
Иные налоговые поступления	1 600,8	10
Неналоговые поступления	1 198,2	7,5
Всего собственных доходов	15 977,4	100

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4]

Средства местных бюджетов используются на финансирование экономических, социальных, культурных и других мероприятий, проводимых в соответствующей административно-территориальной единице.

В таблице 3 представлено распределение расходов консолидированного бюджета РБ между бюджетами различного уровня на 2020 год.

Таблица 3 – Распределение расходов консолидированного бюджета Республики Беларусь между бюджетами различного уровня на 2020 год

	Республиканский бюджет	Местные бюджеты
Всего расходов	47%	53%
Социальная политика	61,2%	38,8%
Образование	16,2%	83,8%
Физическая культура, спорт, культура и СМИ	38,6%	61,4%
Здравоохранение	20,4%	79,6%
Жилищно-коммунальные услуги и жилищное строительство	21,3%	78,7%
Охрана окружающей среды	86,1%	13,9%
Национальная экономика	66,6%	33,4%
Судебная власть, правоохранительная деятельность и обеспечение безопасности	95,2%	4,8%
Национальная оборона	99,4%	0,6%

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4]

Исходя из данных таблицы 3, можно сделать вывод, что основными источниками распределения расходов консолидированного бюджета, приходящихся на местные бюджеты, является образование, здравоохранение, физическая культура, спорт, культура и СМИ.

С точки зрения финансовых потоков первичной представляется доходная часть бюджета, т.к. именно с нее начинается цепочка бюджетного финансирования, но если задуматься о смысле, назначении бюджета, то станет ясно, что формируется он именно для финансирования расходов. Главной целью организации и наполнения бюджета любого уровня всегда остается сбор средств для оплаты расходных статей [5].

Бюджет любого масштаба представляет собой равновесную систему, доходная и расходная части предполагаются теоретически равными друг другу. Но у бюджетов уровнем ниже республиканского есть возможность исправлять дисбаланс доходов и расходов за счет вышестоящего бюджета. Базовые и первичные бюджеты активно пользуются такой возможностью для компенсации дефицита – превышения расходов над доходами [6].

Проводимая бюджетная политика в части межбюджетных отношений направлена на выравнивание бюджетной обеспеченности и обеспечение стабильности налогового режима для регионов в целях обеспечения граждан любой административно-территориальной единицы равными правами и возможностями для получения оказываемых государством услуг [7].

На рисунке 3 изображена структура безвозмездных поступлений в местные бюджеты Республики Беларусь в 2020 году.

Исходя из рисунка 3, можно сказать, что в структуре безвозмездных поступлений в местные бюджеты преобладают дотации. По территориальному признаку значительные поступления наблюдаются в Гомельскую область. В бюджет г.Минска выделяются только субвенции в размере 49,6 млн рублей.

Относительно положения и структуры местных бюджетов можно сделать следующие выводы:

- Местные бюджеты не могут полностью обеспечивать всех потребителей бюджетных средств на своей территории.
- Местные бюджеты находятся в постоянной взаимосвязи с бюджетами более высокого уровня.
- Местные бюджеты по структуре и принципам работы аналогичны областным и республиканскому бюджету.

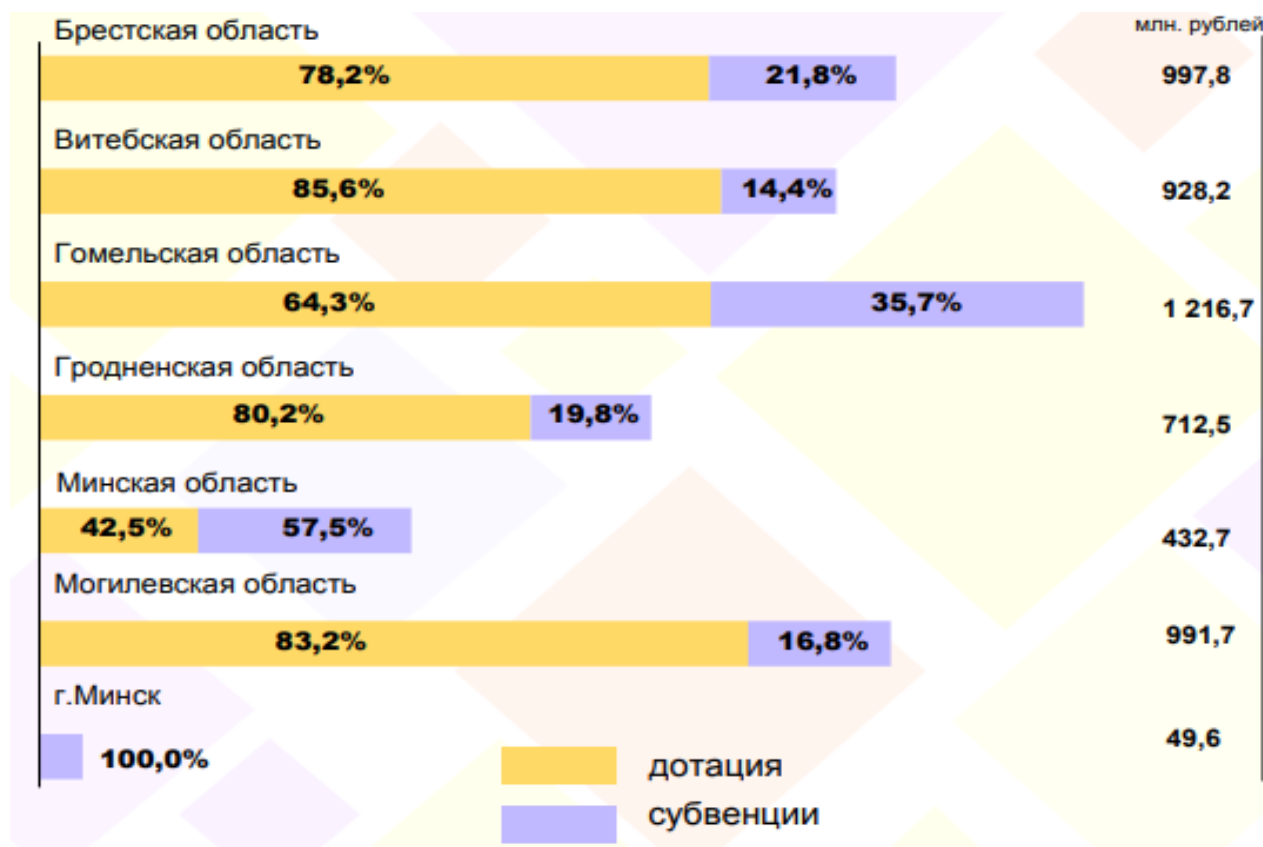


Рисунок 3 – Структура безвозмездных поступлений в местные бюджеты РБ в 2020 году

В мировой практике право обладания достаточными ресурсами, самостоятельного управления и распоряжения ими для решения вопросов местного значения считается одним из главных для местного уровня власти. Однако в РБ местные бюджеты лишены финансовой самостоятельности ввиду усиливающейся тенденции зависимости от финансовой помощи бюджетов других уровней.

Таким образом, на сегодняшний день для РБ актуальной тенденцией в области реформирования местного самоуправления выступает необходимость изменения методов формирования доходов местных бюджетов на основе обеспечения их финансовой устойчивости и безопасности, что, в свою очередь, положительно повлияет на уровень финансовой самостоятельности местных бюджетов при сложившейся системе межбюджетных отношений.

Литература

1. Бюджет Республики Беларусь на 2019 год для граждан [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/upload/bp/budjet/budjet2019.pdf>. – Дата доступа: 15.11.2020 г.
2. Самоховец, М.П. Бюджетное финансирование социальной сферы Республики Беларусь / М.П. Самоховец, М.И. Бухтик, А.В. Киевич // Экономические науки. – 2020. – № 184. – С. 104-109.
3. Киевич, А.В. Социальная сфера как драйвер экономического роста / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. – 2017. – № 12 (244). – С. 93-98.
4. Бюджет Республики Беларусь на 2020 год для граждан [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/upload/bp/budjet/budjet2020.pdf>. – Дата доступа: 15.11.2020 г.
5. Киевич, А.В. Роль государства в стимулировании инноваций в Республике Беларусь / А.В. Киевич, И.А. Конончук, И.А. Пригодич // Экономические науки. 2018. № 168. С. 52-58.
6. Ливенский, В.М. АНАЛИЗ СОСТАВА И СТРУКТУРЫ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ БЮДЖЕТА РБ / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский // Современные аспекты экономики. – 2020. – № 4 (272). – С. 190-195.
7. Местный бюджет [Электронный ресурс] // Myfin.by.– Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/mestnyj-byudzhet/>. – Дата доступа: 15.11.2020 г.

О.В. Король
аспирант, кафедра банкинга и финансовых рынков,
Полесский государственный университет, г. Пинск, РБ

Korol O.V., graduate student,
Department of Banking and Financial Markets,
Polessky State University, Pinsk, Belarus

БЕЛОРУССКИЙ ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

BELARUSSIAN FINANCIAL MARKET DURING A PANDEMIC

Аннотация. Данная статья посвящена анализу основных показателей деятельности финансового рынка Республики Беларусь в 2019-2020 годы, в том числе оценке влияния на его функционирование пандемии коронавирусной инфекции COVID-19.

Ключевые слова: финансовый рынок Республики Беларусь, глобальный кризис, курс рубля, дефицит, доходы, расходы.

Annotation. This article is devoted to the analysis of the main indicators of the financial market of the Republic of Belarus in 2019-2020, including the assessment of the impact of the COVID-19 on its functioning.

Key words: financial market of the Republic of Belarus, global crisis, ruble exchange rate, deficit, income, expenses.

Текущий год оказался непростым для мирового экономического сообщества: вспыхнувшая коронавирусная инфекция поставила под удар дальнейшее развитие многих экономик мира, проверяя их на прочность и способность продолжать эффективно функционировать, чтобы преодолеть возникающие трудности с наименьшими экономическими потерями.

Республики Беларусь (РБ) также ощутила на себе последствия пандемии. Так, о степени воздействия сложившейся эпидемиологической ситуации на экономику можно судить, проанализировав динамику макроэкономических показателей устойчивости развития страны, указанных в статье 63 Договора о Евразийском экономическом союзе [1]. С 2015 года, начала деятельности Евразийского экономического союза, РБ успешно выполняла требования к величине годового дефицита консолидированного бюджета и долга сектора государственного управления [2]. Уровень инфляции в годовом выражении превышал норматив относительно остальных стран Союза в 2015, 2016 и 2018 гг. (таблица 1).

Таблица 1 – Экономические показатели устойчивого развития Беларуси в 2015-2019 гг.

2015	2016	2017	2018	2019
Дефицит консолидированного бюджета сектора государственного управления, % ВВП				
2,2	1,7	2,9	4,1	2,5
Долг сектора государственного управления, % ВВП				
32,6	41,5	42,1	37,6	35,6
Инфляция в годовом выражении (декабрь к декабрю предыдущего года), %				
112,0	110,6	104,6	105,6	104,7

Примечание – Разработка автора на основе [3]

В первом полугодии 2020 года наблюдается превышение установленной величины дефицита консолидированного бюджета сектора государственного управления на 0,3 % (3,3 % ВВП) при профиците в 4,2 % в первом полугодии 2019 года (таблица 2). По состоянию на июнь текущего года уровень долга сектора государственного управления находится в допустимых границах – 36,7 % ВВП (37 % – в июне 2019 г.). Отмечается ускорение годовых темпов прироста индекса потребительских цен на 1,2 % в сентябре относительно марта текущего года по причине роста продовольственной инфляции, тогда как в аналогичном периоде предыдущего года наблюдалось ее снижение на 0,5 % [3].

Следует отметить, что динамичное функционирование финансового рынка является необходимым условием экономического роста экономики страны в целом. Финансовый рынок Беларуси представлен в большей степени банковским сектором, что негативно сказывается на развитии остальных его сегментов [4, с. 71; 4, с. 14].

Таблица 2 – Индикаторы устойчивого экономического развития Беларуси в 2019-2020 гг.

Дефицит консолидированного бюджета сектора государственного управления, % ВВП					
январь-июнь 2019			январь-июнь 2020		
4,2			-3,3		
Долг сектора государственного управления, % ВВП					
июнь 2019			июнь 2020		
37,0			36,7		
Уровень инфляции (к соответствующему месяцу предыдущего года), %					
март 2019	июнь 2019	сентябрь 2019	март 2020	июнь 2020	сентябрь 2020
105,8	105,7	105,3	104,9	105,2	106,1

Примечание – Разработка автора на основе [2]

Проанализировав основные показатели деятельности финансового рынка в 2019-2020 гг., следует отметить следующие изменения (таблица 3). За январь-сентябрь текущего года средневзвешенный курс белорусского рубля к 100 российским рублям вырос с начала года на 5 %, к доллару США – на 16 %, к евро – на 15 %.

Следует отметить и значительное ослабление национальной валюты в августе текущего года, вызванное сложившейся непростой экономико-политической ситуацией в стране. Ослаблению белорусского рубля в данном периоде способствовал не только значительный спрос на иностранную валюту со стороны населения, но и резкое увеличение объёмов кредитования предприятий банками с целью оказания им финансовой поддержки [5]. Затем Национальный банк предпринял меры по стабилизации ситуации, приостановив постоянно доступные операции по поддержке и изъятию ликвидности до 19.01.2021 г. В целом ожидать укрепление белорусского рубля к концу года не приходится.

Таблица 3 – Основные показатели финансового рынка Республики Беларусь в 2019-2020 гг.

	январь-сентябрь 2019	январь-декабрь 2019	январь-сентябрь 2020
Средневзвешенный курс белорусского рубля по отношению к иностранным валютам:			
100 RUB	3,2202	3,2303	3,3777
USD	2,0938	2,0887	2,4193
EUR	2,3477	2,3342	2,6896
Обороты иностранной валюты в разрезе сегментов валютного рынка, млн долл. США			
Общий оборот, в т.ч.:	56580,7	77670,3	61637,1
ОАО «БВФБ»	5914,8	8205,9	9046,8
внебиржевой рынок	40194,3	55212,9	43118,9
рынок наличных валют	10471,5	14251,5	9471,3
Операции физических лиц на валютном рынке, млн долл. США			
покупка валюты	6629,7	9165,6	7613,7
продажа валюты	7218,1	9763,3	6063,3
Операции субъектов валютных операций – резидентов Республики Беларусь на внутреннем валютном рынке, млн долл. США			
покупка валюты, в т.ч.:	15651,4	21843,3	17284,9
ОАО «БВФБ»	145,0	189,6	112,7
внебиржевой рынок	15506,3	21653,7	17172,2
продажа валюты, в т.ч.:	16170,9	22375,0	15936,5
ОАО «БВФБ»	112,2	150,9	75,9
внебиржевой рынок	16058,8	22224,1	15860,3

Примечание – Разработка автора на основе [6]

Общий оборот иностранной валюты на внутреннем валютном рынке страны вырос за девять месяцев 2020 года на 9 % относительно аналогичного периода 2019 года и составил 61637,1 млн долларов США. Также за аналогичный период произошло увеличение оборотов на биржевом и внебиржевом сегментах рынка на 53 и 7 процентов соответственно. Обороты рынка наличной валюты в текущем году снизились на 10 %.

Инфляционно-девальвационные ожидания населения, вызванные сложной эпидемиологической и экономико-политической ситуацией, привели к ажиотажному спросу на валюту и, как следствие, росту объемов операций покупки иностранной валюты на 15 % до 7613,7 млн долл. США в январе-сентябре текущего года относительно аналогичного периода предыдущего года. Операции по продаже валюты в рассматриваемом периоде сократились на 16 %.

Среди субъектов валютного рынка – резидентов РБ также отмечается рост объема операций по покупке иностранной валюты в текущем году на 10 % по сравнению с январем-сентябром 2019 года, в большей степени за счет увеличения объема сделок на внебиржевом рынке на 11 %. Объем операций по продаже валюты сократился на 1,5 %.

Следует отметить, что ставка рефинансирования в 2019 году уменьшилась с 10 до 9 процентов годовых, в текущем году на фоне смягчения денежно-кредитной политики продолжила снижение и составляет 7,75 % годовых по состоянию на 01.11.2020 г.

На однодневном межбанковском рынке в национальной валюте средние процентные ставки в 2019 году составили 10,13 % годовых, в том числе в сентябре 9,89 % годовых. В сентябре 2020 года отмечается значительный скачок – 13,62 % годовых, что в несколько раз превышает уровень предыдущих месяцев текущего года, когда, начиная с июля месяца, данные процентные ставки начали снижаться в результате проводимой Национальным банком политики по приостановлению кредитов овернайт с целью стимулирования рынка межбанковского кредитования и оказания поддержки банкам посредством кредитных аукционов.

Средние процентные ставки на однодневном валютном межбанковском рынке в 2019 году составили 2,12 % годовых. В 2020 году наблюдалась тенденция к снижению данных ставок с 1,43 % – в январе до 0,2 % – в сентябре текущего года.

Средние процентные ставки по новым срочным рублевым банковским депозитам имели тенденцию к росту с января по май 2019 года с 7,48 до 8,65 % годовых, далее снизились до 7,58 % годовых в декабре месяце. В 2020 году рост данных процентных ставок наблюдался в апреле-мае до 9,47 % годовых, далее последовало снижение.

В сентябре 2020 года банки начали привлекать рублевые сбережения вкладчиков, повысив средние процентные ставки до 14,75 % годовых. Так, в сентябре относительно августа текущего года средние процентные ставки по рублевым отзывным депозитам юридических лиц выросли с 8,01 до 14,73 % годовых, а по безотзывным – с 8,95 до 15,13 % годовых. Для физических лиц привлекательность отзывных рублевых вкладов выросла с 8,22 до 12,62 % годовых, а безотзывных – до 15,1 % годовых [6].

В августе 2020 года объем валютных вкладов физических лиц сократился на 624,3 млн долларов США. С началом осени наблюдавшийся летом отток валютных банковских вкладов уменьшился до 469,6 млн долларов США в сентябре. Объем срочных депозитов в белорусских рублях сократился в сентябре на 77 млн рублей относительно августа текущего года. В августе снижение достигало 271 млн рублей [7]. Следует отметить, что рост процентных ставок по банковским вкладам не достаточен для компенсации возникших рисков на фоне сложившейся экономико-политической обстановки в стране.

В заключение следует отметить, что мировая экономика находится под давлением текущей эпидемиологической ситуации и сложностью ее прогнозирования. В связи с этим восстановление мирового экономического роста будет длительным [8]. В 2019 году инфляция в РБ составила 4,7 % годовых, а в конце 2020 года прогнозируется её прирост около 6 %, притом, что ранее целевой показатель составлял 5 % годовых.

Всё же отметим, что финансовый рынок РБ восстанавливает свою работу: сократился отток денежных средств вкладчиков из банковской системы, относительно стабилизировался обменный курс на фоне чистого предложения иностранной валюты. Также прогнозируется, что инфляционные процессы замедлятся и к концу 2021 года уровень индекса потребительских цен достигнет 5 % годовых.

Финансовый рынок РБ, вовлеченный в мировую финансовую систему, напрямую зависит и от функционирования экономик стран остального мира, восстановления их экономического роста, налаживания экономико-хозяйственных взаимосвязей на пути преодоления последствий пандемии COVID-19 с наименьшими потерями.

Литература

1. Договор о Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс] / Консультант-Плюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/. – Дата доступа: 04.11.2020 г.
2. Киевич, А.В. Евразийская интеграция: этапы становления и перспективы развития / А.В. Киевич, О.В. Король // Экономические науки. – 2016. – № 134. – С. 123-129.
3. Показатели, определяющие устойчивость экономического развития [Электронный ресурс] / Евразийская экономическая комиссия. – Режим доступа: http://www.eurasian-commission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/monitoring/Pages/устойчивость_эк_развития.aspx. – Дата доступа: 04.11.2020 г.
4. Король, О.В. Беларусь на пути формирования общего финансового рынка Евразийского экономического союза / О.В. Король // Банковская система: устойчивость и перспективы развития: сборник научных статей девятой международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики, УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, 25-26 октября 2018 г. / Министерство образования Республики Беларусь – Пинск: ПолесГУ, 2018. – С. 71-76.
5. Киевич, А.В. Развитие финансового рынка в Республике Беларусь / А.В. Киевич // Современные аспекты экономики. – 2019. – № 4 (260). – С. 13-20.
6. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 15.11.2020 г.
7. Финансы [Электронный ресурс] / Белрынок. – Режим доступа: <https://www.belrynok.by/finances/>. – Дата доступа: 15.11.2020 г.
8. Ливенский, В.М. АНАЛИЗ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ / В.М. Ливенский, М.И. Лисовский // Современные аспекты экономики. – 2019. – № 5 (261). – С. 176-180.

Н.В. Костенко

Брестский государственный технический университет, г. Брест, Республика Беларусь

Natalya Kostenko

Brest State Technical University, Brest, Belarus

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ФРАГМЕНТАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРОВ

INNOVATIVE ACTIVITY OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN THE SYSTEM OF INTERNATIONAL FRAGMENTATION OF PRODUCTION OF GOODS

В статье рассмотрена инновационная деятельность Республики Беларусь и ее участие в международной фрагментации производства. При анализе инновационного развития изучены показатели экспорта и импорта объектов интеллектуальной собственности и R&D. В статье проанализировано участие Беларуси в международной фрагментации производства электрического оборудования и проведен сравнительный анализ с Китаем. Сравнительная оценка Беларуси и Китая показала снижение доли высоких технологий в промышленном развитии Беларуси.

The article examines the innovative activity of the Republic of Belarus and its participation in the international fragmentation of production. In the analysis of innovative development, the indicators of export and import of intellectual property and R&D have been studied. The article analyzes the participation of Belarus in the international fragmentation of the production of electrical equipment and provides a comparative analysis with China. A comparative assessment of Belarus and China showed a decrease in the share of high technologies in the industrial development of Belarus.

Государственная политика и экономические условия в одной стране сильно влияют на торговых партнеров через производственные связи. Выгоды от скоординированных политических действий в случае ГЦСС даже больше, чем от традиционной торговли,

поскольку товары и услуги пересекают границы несколько раз. Трансграничная фрагментация производства порождает более тонкое международное разделение труда и большие выгоды от специализации. ГЦСС позволяют ресурсам перетекать в самые производительные сферы использования не только между странами и секторами, но и также внутри секторов на разных этапах производства. Как результат, ГЦСС увеличивают рост, занятость и распределение последствия стандартной торговли [1, с. 21].

Исследование позиций в международной фрагментации Беларуси отражены в ряде работ автора, которые включают оценку показателей экономического роста, основных показателей участия в международном разделении труда страны в целом и отдельных отраслей, оценку международной фрагментации Беларуси в обрабатывающей промышленности [2, 3].

В международной фрагментации производства страны классифицируются на основе: экспорта товаров и услуг, степени участия в ГЦСС, меры инноваций. Отраслевая специализация экспорта страны основана на внутренней добавленной стоимости в валовом выражении. Степень участия страны в ГЦСС измеряется как обратная интеграция производственного сектора как доли от общего экспорта страны. Более высокая обратная интеграция в производстве – самая важная характеристика страны. Для регистрации инновационной деятельности страны используются два показателя:

- поступления от интеллектуальной собственности (ИС) в % от ВВП;

- интенсивность исследований и разработок (НИОКР), определенная как его расходы на государственные и частные НИОКР в % от ВВП.

Расходы на НИОКР в 2019 году по Республике Беларусь составили 0,59 % или 777, 8 млн руб. [4, с. 68], что недостаточно для инновационного развития, согласно показателей, которого интенсивность должна быть равна или превышать 1,5 % от ВВП.

В результате, если страны хотят использовать торговлю в качестве инструмента для экономического развития и особенно если они хотят увеличить долю национальной добавленной стоимости в экспорте (вместо того, чтобы экспортировать сырьевые товары с малой или нулевой добавленной стоимостью), участие в региональных или глобальных цепочках создания стоимости становится необходимостью. Содействие участию страны в ЦСС требует комплексного подхода. Цепочки создания стоимости и ведущие компании, которые организуют их и управляют ими, сфокусированы на результатах, а конечные результаты зависят от множества факторов. Существование тех или иных факторов в стране, степень их серьезности и существенности в той или иной стране будет влиять на уровень инвестиций в ЦСС и успех компаний, предпринимающих попытки участвовать в ЦСС [1, с. 21].

Инновационный процесс обеспечивает высокий уровень эффективности производств, если технологические инновации превалируют над продуктовыми и организационными инновациями. Возможности инновационного развития страны зависят от создания и коммерциализации объектов интеллектуальной собственности. Поступления от экспорта и затраты на импорт объектов ИС отражены на рис 1.



Рисунок 1 – Динамика поступлений от экспорта и затраты на импорт объектов интеллектуальной собственности, млн долл. США
 Источник: <https://unctad.org>

Данные рис. 1 отражают нестабильную динамику как по поступлениям от экспорта, так и по затратам на импорт объектов интеллектуальной собственности, достигнув максимального показателя по импорту в 2014 г. – 237,3 млн. долл. США, а по экспорту в 2019 году – более 100 млн долл. США.

Об уровне развития инноваций в стране также можно судить по объемам экспорта и импорта по показателю R&D (Исследования и Развитие). Динамика показателей экспорта и импорта R&D по Беларуси отражена на рис. 2.

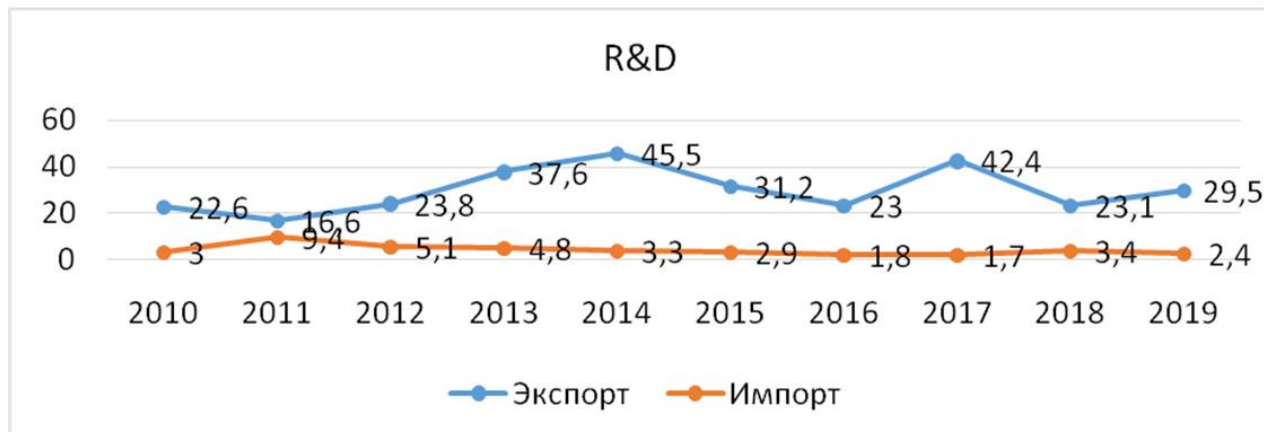


Рисунок 2 – Динамика показателей экспорта и импорта R&D Беларуси, млн. долл. США
 Источник: <https://unctad.org>

Согласно рис. 2, мы наблюдаем также нестабильную динамику показателя R&D по экспорту, максимальное значение которого было достигнуто в 2014 году, что свидетельствует о включении Республики Беларусь в международную фрагментацию производства в основном со странами ЕАЭС и СНГ.

Участие страны в глобальных цепочках добавленной стоимости следует рассматривать на примере одной отрасли. Рассмотрим сравнительные позиции Беларуси и ее стратегического партнера – Китая, на рынке производства и экспорта электрического оборудования.

Согласно статистическим данным UNIDO в 2019 году Беларусь в экспорте электрического оборудования занимала 57-е место в мире. Международная фрагментация производства позволяет оценить, как производство страны интегрировано в глобальные цепи создания добавленной стоимости.

Доля промежуточных продуктов в общем объеме импорта электрического оборудования отражена на рис. 3.

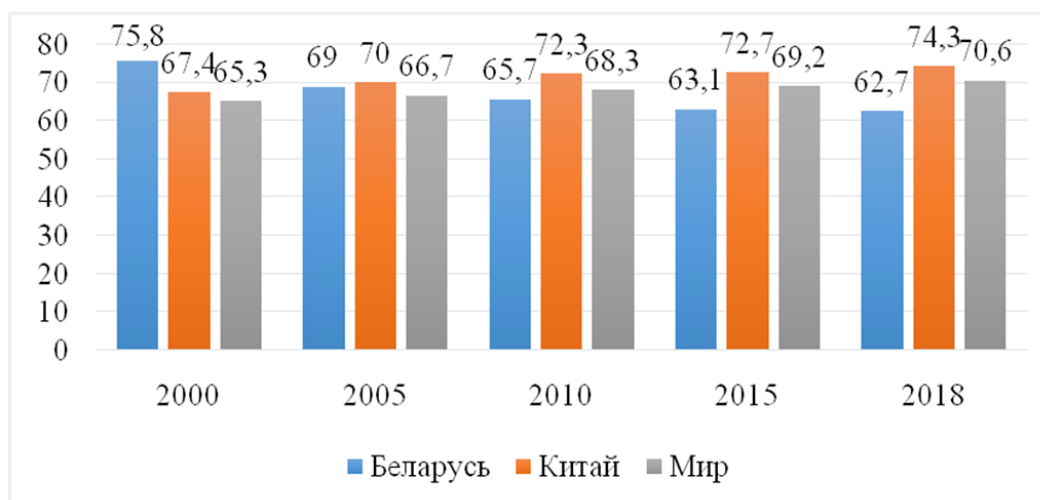


Рисунок 3 – Доля промежуточных продуктов в общем объеме импорта электрического оборудования, %

С 2000 года доля промежуточных продуктов в общем объеме импорта электрического оборудования снизилась с 75,8 % до 62,7 % в 2018 году, что обусловлено ростом масштабов импортозамещения в Республике Беларусь.

Рассмотрим источники промежуточного импорта, который используется в электрическом оборудовании по странам, табл. 1.

Таблица 1 – Страны-партнеры по интеграции в глобальные цепочки добавленной стоимости по импорту электрического оборудования в 2018 году

Беларусь			Китай		
Страна-экспортер	Удельный вес, %	Сумма импорта, млн. долл США	Страна-экспортер	Удельный вес, %	Сумма импорта, млн. долл США
Россия	45,4	366,1	Германия	25,9	9300
Китай	10	80,3	Япония	20,9	7500
Польша	9,9	79,5	Южная Корея	13	4700
Германия	8,4	67,6	США	6,8	2400
Чехия	3,9	31,6	Вьетнам	4,3	1600
Другие страны	22,5	181,5	Другие страны	29,1	10400

Источник: <https://unido.org>

Как показывают данные табл. 1, для Беларуси основными торговыми партнерами по интеграции в глобальные цепочки добавленной стоимости по импорту в 2018 году являются Россия, Китай и Польша, доля которых составляет 64,5 %. Для Китая основными торговыми партнерами являются Германия, Япония и Южная Корея, доля которых составляет около 60 %.

Направления промежуточного экспорта электрического оборудования для Беларуси и Китая отражена в табл. 2.

Таблица 2 – Направления промежуточного экспорта электрического оборудования за 2018 год, %

Беларусь			Китай		
Страна-импортер	Удельный вес, %	Сумма экспорта, млн долл США	Страна-импортер	Удельный вес, %	Сумма экспорта, млн долл США
Россия	67,5	285,9	США	19,8	25600
Украина	4,9	20,6	Гонконг	10,9	14100
Литва	4,3	18,4	Япония	5,8	7400
Германия	4,2	17,9	Германия	5,0	6400
Казахстан	2,8	12,1	Южная Корея	4,4	5700
Другие	16,2	68,6	Другие страны	54,1	70000

Источник: <https://unido.org>

Данные табл. 1 и 2 отражают возможности транзитного потенциала Беларуси в обеспечении компонентами для электрического оборудования стран ЕАЭС и ЕС.

Экспорт готовой продукции по техноёмкости Беларуси и Китая отражен на рис.4.

Экспорт готовой продукции по техноёмкости Беларуси снизился за 9 лет с 44,1 % до 37 % в пользу технологий среднего и низкого уровня, что свидетельствует о снижении техноёмкости белорусского экспорта. Тогда как Китай смог нарастить долю экспорта высокотехнологичной продукции с 44,5 % до 62 %.

В заключении необходимо отметить, что Республика Беларусь достаточно активно участвует в международной фрагментации производства, занимая высокие позиции в мировой экономике. Однако показатели инновационного развития недостаточны для поддержания структуры производства, где преобладают технологии высокого уровня производства. Но страна может использовать свой транзитный потенциал в доставке компонентов для электрического оборудования для стран ЕС, поставляемых из Китая, а также активнее развивать направления роста добавленной стоимости в рамках производства и экспорта компонентов и готовой продукции со странами ЕС и ЕАЭС, а также Китаем как стратегическим партнером.



Рисунок 4 – Экспорт готовой продукции по техноёмкости Беларуси и Китая, %
 Источник: <https://unido.org>

Литература

1. Упрощение процедур торговли для облегчения доступа к региональным и глобальным рынкам. Модуль 1. Управление цепочками поставок. ООН. Европейская экономическая комиссия. 2016. 130 с.
2. Костенко Н.В. Участие Беларуси в международной фрагментации производства // Современные научные исследования. Международный периодический рецензируемый научный журнал Выпуск. 11. Часть 3. – Yolnat PE, Minsk, Belarus, 2020. – С. 90-94. (Indexed in INDEXCOPERNICUS)
3. Костенко Н.В. Оцінка участі країн в міжнародній фрагментації оброблювального виробництва / Н.В. Костенко // Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути [зб. наук. пр.]: матеріали ІХ міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Київ, 16 жовтня 2020 р.). – Київ, 2020. – С. 71-81.
4. Наука и инновационная деятельность Республики Беларусь. Статистический сборник. – Мн.: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2020. -125 с.
5. Официальный сайт ЮНКТАД. URL:<https://unctad.org>
6. Официальный сайт ЮНКТАД. URL:<https://unido.org>

А.Н. Кочурко

Брестский государственный технический университет,
 город Брест, Республика Беларусь

Kachurka Anatoli

Breststatetechnicaluniversity, Brest, Republic of Belarus

К ВОПРОСУ АТТЕСТАЦИИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ON THE ISSUE OF CERTIFICATION OF THE TEACHING STAFF OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

В статье рассмотрена специфика трудовых отношений профессорско-преподавательского состава в реализации образовательного процесса в учреждениях высшего образования. Для должностей, которые замещаются по конкурсу, обоснована некорректность применения Типового положения об аттестации руководителей и специалистов организаций.

The article deals with the specifics of the labor relations of the teaching staff in the implementation of the educational process in higher education institutions. For positions that are replaced by competition, the incorrect application of the Standard provision on certification of managers and specialists of organizations is justified.

Аттестация (лат. – свидетельство) – процедура систематической формализованной оценки соответствия деятельности конкретного работника стандарту выполнения работы на данном рабочем месте в данной должности с применением методов оценки персонала.

Аттестация персонала как одна из кадровых технологий пришла в современные компании из советского прошлого. Постановлением Совета Министров СССР от 26.07.1973 № 531 аттестация была введена в качестве отдельного блока работы по организации труда служащих в целях повышения эффективности труда и ответственности руководителей, инженерно-технических работников и других специалистов. Последние изменения в Постановление вносились в 1986 г., и на данный момент оно не отменено и не признано утратившим силу [1].

Проведение аттестации в Республике Беларусь – это исполнение нормы Декрета Президента РБ от 26.07.1999 № 29 «О дополнительных мерах по совершенствованию трудовых отношений, укреплению трудовой и исполнительской дисциплины» [2]. Нормативным актом, регулирующим аттестацию работников предприятий, является Типовое положение об аттестации руководителей и специалистов организаций, утвержденное постановлением Совета Министров Республики Беларусь 25.05.2010 N 784 (зарегистрировано в Национальном реестре правовых актов Республики Беларусь 27 мая 2010 г. N 5/31903) (далее Типовое положение) [3]. Исходя из Типового положения министерства и другие центральные органы государственного управления разрабатывают отраслевые положения об аттестации кадров. Процесс традиционной аттестации персонала (формальный классический государственный вариант) не предполагает выполнение обязательных мероприятий по разработке методики аттестации и привязки к конкретным условиям организации.

Под традиционной системой аттестации работника (формальный классический государственный вариант) понимается процесс комплексной оценки эффективности выполнения сотрудником своих должностных обязанностей, осуществляемый специально формируемой комиссией в соответствии с Положением о порядке проведения аттестации работников. Аттестация работников представляет собой процедуру определения соответствия квалификации, результативности деятельности, уровня знаний и навыков сотрудников, их деловых, личностных и иных значимых качеств требованиям занимаемой должности.

Типовое положение определяет общий порядок, цели и задачи аттестации, однако учитывая *многообразие* профиля организаций, профессий, должностей и квалификаций работников, **формирование аттестационных требований к работникам, учитывающих специфику организации, является актуальным** и имеет важное практическое значение в регулировании трудовых отношений. В данной статье рассмотрены вопросы формирования аттестационных требований применительно к учреждениям высшего образования (далее УВО) с учётом наличия в них различных участников образовательного процесса и иных работников УВО.

Образовательный процесс в УВО включает реализацию образовательных программ [4]:

- на I и II ступенях высшего образования;
- послевузовского образования;
- дополнительного образования взрослых;
- дополнительного образования детей и молодежи;
- программ воспитания и защиты прав и законных интересов детей, находящихся в социально опасном положении;
- профессионально-технического образования;
- среднего специального образования;
- среднего образования.

Основными участниками образовательного процесса в УВО, работниками, осуществляющими и обеспечивающими педагогическую деятельность, являются:

– профессорско-преподавательский состав (далее ППС) (ассистент, преподаватель, старший преподаватель, доцент, профессор, заведующий кафедрой, заведующий филиалом кафедры);

- руководство образовательной деятельностью УВО (ректор, проректоры, деканы, заместители деканов);
- научные работники (научные руководители, научные консультанты);
- педагогические работники (кроме ППС);
- иные работникам УВО (лица, осуществляющие административно-хозяйственные, инженерно-технические, производственные и иные вспомогательные функции).

Объектами реализации образовательных программ являются студенты, курсанты, слушатели, законные представители несовершеннолетних студентов, курсантов и слушателей, аспиранты, докторанты, адъюнкты, соискатели, стажеры. Аттестация этой категории при освоении содержания образовательных программ высшего образования (текущая и итоговая) осуществляется на основании Правил [5, 6] и в данной статье не рассматривается.

Формирование требований к аттестации работников, осуществляющих и обеспечивающих реализацию образовательных программ, связано с их правовым статусом, определяющим порядок замещения соответствующих должностей.

Работники, осуществляющие руководство УВО в соответствии с действующим на сегодняшний момент законодательством, назначаются на должность вышестоящим органом, который соответственно и определяет порядок и условия их аттестации.

Научные работники проходят аттестацию в соответствии с [7]. Процедура чётко регламентирована и определяет требования к промежуточной и итоговой аттестации на ученое звание (магистр, кандидат наук, доктор наук). В данной статье не рассматривается.

Педагогические работники (кроме ППС), которые принимаются на работу на основании Трудового Кодекса по контракту или договору найма, проходят аттестацию на основании [8]. Результатом аттестации является присвоение квалификации (без категории, вторая категория, первая категория, высшая категория).

Так называемые иные работники УВО, подпадающие под категорию специалисты проходят аттестацию в соответствии с [3, 9].

Отличие должностей профессорского-преподавательского состава от других категорий работников УВО состоит в порядке замещения должности и, по моему мнению, должно отражаться в порядке аттестации должностей.

Должности ППС в УВО замещаются по конкурсу в порядке, определенном в [10]. Порядок прохождения процедуры избрания на должность чётко регламентирован, проходит публично в несколько этапов:

- объявление конкурса, которое затем публикуется в средствах массовой информации;
- прием документов на конкурс, в том числе характеристика с последнего места работы (лицам, желающим принять участие в конкурсе в других учреждениях образования, выдается характеристика с места работы не позднее, чем за 10 дней с момента обращения);
- рассмотрение конкурсных документов на заседаниях кафедр (открытым или тайным голосованием);
- рассмотрение конкурсных документов на конкурсной комиссии (для избирающихся на должности заведующего кафедрой и профессора);
- проведение избрания по конкурсу на советах факультетов или университета тайным голосованием;
- утверждение результатов конкурса ректором;
- заключение или расторжение трудовых контрактов.

В настоящее время нет НПА, регламентирующего аттестацию ППС, которые избираются по конкурсу. На практике применяется Типовое положение [3], что некорректно, так как процедуры замещения должности и аттестации во многом схожи, но и имеют существенные отличия в пользу избрания на должность в результате конкурса.

Совет УВО является совещательным органом [11, стр 20]. Решение аттестационной комиссии носит рекомендательный характер [3, стр. 3]. И в том и другом случае решения реализуются приказами руководителя (rektora, начальника) УВО, который при заключении контракта реализует решение Совета об избрании работника. При этом ректор имеет право в контракте установить срок, отличный от решения Совета (избрание до 5 лет).

Рекомендации аттестационной комиссии по поводу установления повышенной зарплаты (оклада), материального поощрения, в случае с ППС **некорректны**. Оплата труда ППС регламентируется республиканскими НПА [12, 13, 14], локальными НПА (Положениями о премировании), которые устанавливают надбавки за стаж, за специфику работы, за контракт, за высокие показатели в труде, а также разовые выплаты (на оздоровление, приобретение сельхозпродукции и др.). Ректор в рамках выполнения контракта и ЛНПА имеет право корректировать суммы премирования при наличии оснований: нарушений или наоборот высоких достижений за прошедший период. **Эти действия** предпринимаются на основании докладных руководителей подразделений и **не требуют решения аттестационной комиссии**.

Совет (факультета, университета) имеет более высокий статус, чем аттестационная комиссия.

Если рассмотреть основные задачи аттестации работников [3, п.1.1], применительно к ППС, то:

1. **установление соответствия их занимаемой должности** – решается в ходе процедуры замещения должности по конкурсу;

2. **выявление потенциальных возможностей их профессионального и служебного роста** – решается ежегодно при рассмотрении отчётов для установления надбавок за учёную степень и учёное звание, для ППС не имеющих учёной степени, в соответствии с планом кафедры по повышению квалификации;

3. **определение необходимости повышения их квалификации или переподготовки** – решается в соответствии с планом повышения квалификации подразделения (не реже одного раз в 5 лет) и до очередного избрания по конкурсу.

ППС с учёными степенями и званиями ежегодно отчитываются о проделанной работе, на основании чего им назначаются надбавки с учетом вклада указанных лиц в подготовку высококвалифицированных кадров, науку и инновационное развитие страны [13].

Кроме того, ежегодно разрабатываются и утверждаются на заседании кафедры индивидуальные планы работы ППС на учебный год, отчёт о выполнении которых рассматривается в конце учебного года. Данные планы включают разделы по учебной, воспитательной и учебно-методической работе [1, стр. 49, статья 50].

Таким образом, аттестация ППС, занимающих должности на конкурсной основе с использованием Типового положения [3], представляется лишним звеном в системе реализации образовательных программ.

В Республике Беларусь создана стройная система аттестации работников (рабочих, ИТР, служащих, специалистов, руководителей), основанная на республиканских, отраслевых и локальных НПА. В данной статье не рассматривались вопросы формирования требований к аттестации рабочих, всех категорий обучающихся, специалистов и руководителей органов государственного управления и других, порядок проведения аттестации которых установлен специальными актами законодательства.

В статье рассмотрена специфика трудовых отношений ППС в реализации образовательного процесса в УВО. Для должностей, которые замещаются по конкурсу, обоснована некорректность применения Типового положения [3].

Литература

1 Аттестация как форма оценки персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/133510229978/menedzhment/attestatsiya_kak_forma_otsenki_personala#283

2. Декрет Президента РБ от 26.07.1999 № 29 «О дополнительных мерах по совершенствованию трудовых отношений, укреплению трудовой и исполнительской дисциплины»

3. Типовое положение об аттестации руководителей и специалистов организаций, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь 25.05.2010 N 784 (зарегистрировано в Национальном реестре правовых актов Республики Беларусь 27 мая 2010 г. N 5/31903).

4. Кодекс Республики Беларусь об образовании. Закон Республики Беларусь от 23 июля 2019 г. № 231-з (национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь, 30.07.2019, 2/2669) <Н11900231>3. Указ Президента Республики Беларусь от 25 сентября 2007 г. № 450. «Об установлении надбавок за ученые степени и звания»

5. Правила проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования. Утверждены Постановлением Министерства образования Республики Беларусь 29.05.2012 № 53

6. Правила проведения аттестации слушателей, стажеров при освоении содержания образовательных программ дополнительного образования взрослых. Утверждены Постановлением Министерства образования Республики Беларусь 24.12.2013 № 135.

7. Положение о подготовке научных работников высшей квалификации в Республике Беларусь, утвержденное Указом Президента Республики Беларусь от 1 декабря 2011 г. № 561 «О некоторых вопросах подготовки и аттестации научных работников высшей квалификации» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011 г., № 137, 1/13123).

8. Инструкция аб парадку правядзення атэстацыі педагагічных работнікаў сістэмы адукацыі (акрамя педагагічных работнікаў з ліку прафесарска-выкладчыцкага складу). Пастанова Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь 22.08.2012 № 101

9. Инструкция 1.1.11-11-17-2003 «Порядок проведения гигиенического обучения и аттестации должностных лиц и работников, деятельность которых связана с производством, хранением, транспортировкой и реализацией пищевых продуктов, питьевой воды и пестицидов, воспитанием и обучением детей, коммунальным и бытовым обслуживанием населения, и для инженерно-технических работников организаций и предприятий различных форм собственности». Утверждена Постановлением Главного государственного санитарного врача Республики Беларусь 15.08.2003 № 90

10. Положение о порядке проведения конкурса при замещении должностей педагогических работников из числа профессорско-преподавательского состава в учреждениях высшего образования Республики Беларусь. Утверждено постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 21 июня 2011 г. № 806 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011 г., № 72, 5/34007)

11. Положение об Учреждении Высшего Образования. Утверждено Постановлением Министерства образования Республики Беларусь 01.08.2012 № 93.

12. Постановление Министерства образования Республики Беларусь от 11 декабря 2019 г. № 185 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 8/34919 от 23.12.2019 г.) <W21934919> «Об оплате труда работников в сфере образования».

13. Указ Президента Республики Беларусь от 25 сентября 2007 г. № 450. «Об установлении надбавок за ученые степени и звания»

14. Постановление Министерства образования Республики Беларусь от 5 сентября 2011 г. № 255 «Об установлении сокращенной продолжительности рабочего времени отдельным категориям педагогических работников».

А.К. Крамаренко

Брестский государственный технический университет, г. Брест, Республика Беларусь

A. Kramarenko

Brest State Technical University, Brest, Belarus

ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

RESEARCH OF THE DEVELOPMENT OF INFRASTRUCTURE FOR SUPPORTING SMALL BUSINESSES IN THE BREST REGION

В статье автором приводятся тенденции развития, проблемы деятельности и перспективы инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в Брестской области за период с 2010 г. по ноябрь 2020 г. (по данным работы центров поддержки предпринимательства, более всего представленных в области). Посредством проведения корреляционно-регрессионного анализа автором показана степень влияния деятельности центров поддержки предпринимательства на деловую активность микро- и малых предприятий.

The article considers development trends, problems and priorities of the infrastructure for supporting small businesses in the Brest region from 2010 to November 2020 (according to the work of entrepreneurship support centers, most represented in the region). By means of correlation and regression analysis, the author shows the influence of the entrepreneurship support centers activities on the business activity.

Для Республики Беларусь, как и для многих других стран мира, важным является выявление факторов, влияющих на конкурентоспособность национальной экономики.

Развитию субъектов малого предпринимательства органами государственной власти уделяется значительное внимание. Малое предпринимательство способствует созданию рабочих мест, снижению безработицы, повышению качества условий труда, доступности информационных и финансовых услуг, что сказывается на экономическом росте регионов. Благодаря государственным программам («Программа социально-экономического развития Республики Беларусь», «Малое и среднее предпринимательство»), местным экономическим планам, проектам, реализуемым Программами развития ООН и Министерством экономики, количество микро- и малых предприятий в регионах возрастает, повышается их вклад в ВРП, обеспечивается занятость, растет объем промышленного производства, розничного товарооборота.

Совет Министров Республики Беларусь 17 октября 2018 г. принял Постановление № 743 «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года». Целью данного документа является формирование динамично развивающегося сектора малого предпринимательства [1]. Данная стратегия влияет на содержание всех последующих государственных программ по поддержке малого предпринимательства, определяет планы его развития.

Согласно Стратегии развития малого и среднего предпринимательства, формируется инфраструктура поддержки малого предпринимательства, оказывающая помощь предпринимателям в организации и осуществлении деятельности с момента их государственной регистрации на этапе становления, достижения ими финансовой самостоятельности.

Проблемы деятельности инфраструктуры поддержки предпринимательства изучали многие ученые, в т.ч. белорусские: Задиран С.В., др. (правовые аспекты деятельности субъектов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства); Рутковский А.Е., Мальгина И.В., др. (финансово-экономические аспекты деятельности субъектов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства). Из данных публикаций следует, что инфраструктура поддержки малого предпринимательства включает в себя множество различных организаций, дополняющих друг друга и находящихся в максимально возможной доступности (приближенности) к субъектам малого предпринимательства. Инфраструктура способствует их развитию, поскольку предоставляет широкий спектр поддержки в виде консультаций, финансирования, обучения, помощи в бизнес-планировании, в маркетинге, в реализации научно-технологических разработок и др. [1]. Большинство ученых подчеркивает три важнейшие характеристики инфраструктуры поддержки малого предпринимательства: 1) специализацию деятельности, навыки сотрудников; 2) реализацию государственной политики; 3) частную инициативу [1].

К инфраструктуре поддержки малого предпринимательства относятся Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей, инкубаторы малого предпринимательства, центры поддержки предпринимательства, учреждения финансовой поддержки предпринимателей, научно-технологические парки, общества взаимного кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства, центры трансфера технологий, венчурные организации. Среди таких субъектов более всего представлены в регионах – центры поддержки предпринимательства, реализующие меры по наращиванию потенциала субъектов малого предпринимательства.

Согласно Закону Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-З «О поддержке малого и среднего предпринимательства», центр поддержки предпринимательства – это юридическое лицо, осуществляющее деятельность по обеспечению экономической и организационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Исходя из данного определения следует, что деятельность в качестве центра поддержки предпринимательства может осуществлять зарегистрированная в установленном законом порядке организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении

обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом. Разрешение на осуществление деятельности организации как центра поддержки предпринимательства выдает Министерство экономики Республики Беларусь.

Центры поддержки предпринимательства созданы во всех областях республики. На ноябрь 2020 г. в стране работает 111 центров поддержки предпринимательства. Это на 6 субъектов (на 5,71 %) больше, чем в январе 2020 г.; на 17 субъектов (на 18,09 %) больше, чем в январе 2017 г.; на 19 субъектов (на 20,65 %) больше, чем в январе 2015 г.; на 35 субъектов (на 46,05 %) больше, чем в январе 2012 г. На ноябрь 2020 г. в Брестской области функционирует 14 центров поддержки предпринимательства (12,61 % от республиканского значения). Это четвертый показатель по республике после г. Минска, Минской и Гродненской областей. Четыре центра расположены в г. Бресте (28,57 % от общего количества). Другие – г. Барановичи, г. Столин, г. Пинск, г. Белоозерск, г. Пружаны, г. Ивацевичи, г. Ганцевичи, г. Кобрин. По сравнению с 2010 г. количество центров поддержки предпринимательства возросло в 2,41 раза [2; 3; 4]. Их распространение расширяется, благодаря реализации мер государственной поддержки предпринимателей. Общие сведения об отдельных субъектах приведены в таблице 1.

Сведения, касающиеся деятельности центров поддержки предпринимательства в регионах, ограничены, потому что отсутствуют данные на сайте Национального статистического комитета Республики Беларусь. Источниками анализа развития центров поддержки предпринимательства являются сайт Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей, раздел «Информация для бизнеса», сайт Министерства экономики Республики Беларусь, раздел «Малый и средний бизнес. Инфраструктура поддержки предпринимательства», сайты областных исполнительных комитетов, раздел «Экономика. Предпринимательство». Также информация была получена из опроса руководителей центров поддержки предпринимательства в Брестской области.

Таблица 1 – Общие сведения об отдельных центрах поддержки предпринимательства в Брестской области

Наименование субъекта	Место расположения	Год образования	Форма собственности	Общая площадь помещений, м ²	Количество реализуемых семинаров (участие в проектах), в среднем за год	Востребованные услуги
1	2	3	4	5	6	7
ЧУП «Брестский областной центр развития бизнеса»	г. Брест	2017 г.	Частная	30	Семинары – 36. Проекты – 5.	1. Обучение основам действующего законодательства в сфере предпринимательства. 2. Курсы для начинающих предпринимателей и предпринимателей, имеющих нарушения в ведении деятельности.
ЧУП «Нью-Тон»	г. Брест	2006 г.	Частная	29	Семинары – 20. Проекты – 0.	1. Ведение бухгалтерского учета для предприятий малого и среднего бизнеса. 2. Консультации по вопросам ведения, кооперации бизнеса.
ЧУП «ГудФайл»	г. Брест	2011 г.	Частная	50	Семинары – 20. Проекты – 5.	1. Услуги бухгалтерского учета, отчетности. 2. Услуги кадрового делопроизводства и учета.
ООО «Бизнес-центр ЦПП»	г. Барановичи	1998 г.	Частная	110	Семинары – 30. Проекты – 0.	1. Консультации по вопросам ведения, развития бизнеса. 2. Маркетинговые и другие информационные услуги.

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7
ЧУО «Учебный центр «Всеобуч»	г. Кобрин	2016 г.	Частная	35	Семинары – 10. Проекты – локальные.	1. Консультации для ремесленников. 2. Информирование о существующей системе поддержки малого и среднего предпринимательства.
ООО «Технопарк Полесье»	г. Пинск	2013 г.	Смешанная	33	Семинары – 15. Проекты – 6.	1. Консультации по вопросам создания и ведения бизнеса, развития хозяйственной деятельности.
Местный фонд «Центр поддержки сельского развития и предпринимательства Столинского района»	г. Столин	2008 г.	Частная	70	Семинары – 20 (выездные). Проекты – 2.	1. Экспериментально-демонстрационные услуги. 2. Консультации по финансовым, юридическим вопросам. 3. Консультации по существующим мерам поддержки бизнеса.

По полученным данным можно отметить следующие тенденции развития центров поддержки предпринимательства в Брестской области (с 2010 г. по ноябрь 2020 г.):

1. Количество центров поддержки предпринимательства возрастает из года в год неравномерно.

2. За указанный период количество центров поддержки возросло в 2,41 раза.

3. Центры поддержки предпринимательства в среднем составляют около 89 % от всех субъектов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в Брестской области.

4. Большинство центров поддержки предпринимательства сосредоточено в г. Бресте (около 29 % от общего количества).

5. Наблюдается относительно высокий прирост количества центров поддержки предпринимательства в районах Брестской области (среднегодовые темпы роста – 104,6 %).

6. 80 % от общего количества центров поддержки предпринимательства являются организациями частной формы собственности, и их количество из года в год возрастает.

7. Свыше 10 лет работают около 20 % от общего количества центров поддержки предпринимательства; от 5 до 10 лет – около 15 %, от 3 до 5 лет – около 30 %, от 1 до 3 лет – около 35 %.

8. Воспользовались услугами центров поддержки предпринимательства, в основном, предприниматели, работающие свыше 1 года (около 25%), а также начинающие предприниматели (около 30 %).

9. В течение последних лет наблюдается увеличение обратившихся за услугами центров поддержки предпринимательства.

10. Расширяется тематика и количество реализуемых проектов и семинаров.

11. В настоящее время проводимые семинары нацелены на то, чтобы объединить деловые интересы предпринимателей региона.

12. В настоящее время содержание семинаров связано с экологическим мониторингом, безотходным производством, производственным менеджментом, системой менеджмента качества.

13. Отмечается практика внедрения оценки оказанных услуг предпринимателям.

14. Расширяются подходы к обслуживанию посредством внедрения программных средств и проведения совместной аналитической работы.

Исследование деятельности центров поддержки предпринимательства на примере показателей Брестской области позволяет заключить, что:

1. К услугам, пользующимся спросом у предпринимателей, можно отнести: обучение основам действующего законодательства в сфере предпринимательства, услуги по внед-

рению программного обеспечения экономического назначения, услуги бухгалтерского учета и отчетности.

2. В среднем в год тем или иным центром проводится около 30 профильных семинаров и реализуется около 4 проектов (локальных или международных) для представителей регионального бизнеса.

3. Такие субъекты относятся преимущественно к частной форме собственности.

4. Координируют их деятельность региональные органы государственного управления.

5. Не инициативны в вопросах развития малого предпринимательства на уровне государственного управления.

По мнению руководителей центров поддержки предпринимательства, существенными приоритетами в обращении к их услугам являются:

1. Сотрудничество с научно-исследовательскими организациями (Брестский научно-технологический парк, филиал РУП «Институт БелНИИС», Брестская областная сельскохозяйственная опытная станция Национальной академии наук Республики Беларусь, др.), университетами (Брестский государственный технический университет, Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина, Барановичский государственный университет, Полесский государственный университет).

2. Возможность выхода на зарубежный рынок, благодаря участию в международных проектах.

3. Помощь в выпуске и реализации инновационного продукта.

4. Наличие специалистов узкого профиля.

Руководители центров поддержки предпринимательства не согласились предоставить информацию о недостатках в работе.

Проведенное исследование позволило обнаружить следующие проблемы в деятельности центров поддержки предпринимательства:

1. Оказываемые ими услуги не всегда соответствуют особенностям условий деятельности малого предпринимательства в регионах и отраслях.

2. В малых городах существует недостаток в компетентных специалистах.

3. В некоторых случаях семинары не ориентированы на практическую реализацию.

4. Не хватает семинаров по навыкам маркетинга проектов, по привлечению инвестиций.

5. Высокая стоимость услуг.

Проведение корреляционно-регрессионного анализа (по данным Брестской области) выявило высокую степень влияния деятельности центров поддержки предпринимательства на деловую активность микро- и малых предприятий. Коэффициент парной корреляции («у» – добавленная стоимость, созданная микро- и малыми предприятиями; «х» – количество центров поддержки предпринимательства) составил 0,79. Значимость коэффициента корреляции была проверена по критерию Стьюдента. Следовательно, возрастает необходимость в проведении углубленных исследований и выявления факторов развития центров поддержки предпринимательства для принятия управленческих решений.

В заключении следует отметить, что деятельность центров поддержки предпринимательства представляет собой вспомогательный инструмент, позволяющий реализовывать меры государственной поддержки малого предпринимательства.

Дальнейшее развитие центров поддержки предпринимательства в регионах Беларуси будет способствовать:

– развитию субъектов малого предпринимательства и увеличению их доходов;

– развитию экспортноориентированной и импортозамещающей продукции и производств;

– созданию новых и сохранению действующих рабочих мест (занятости и самозанятости населения);

– увеличению поступления налогов в бюджет;

– развитию регионов.

Литература

1. Мальгина, И.В. Малое и среднее предпринимательство: цифровая экономика и трансформация / И.В. Мальгина // Проблемы управления. – 2019. – № 1. – С. 40-44.

2. Министерство экономики Республики Беларусь. Малый и средний бизнес. Инфраструктура поддержки предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/infrostruktura_poddergki_small_medium_bussines-ru. – Дата доступа: 10.11.2020.

3. Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей. Информация для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belarp.by/ru/business>. – Дата доступа: 10.11.2020.

4. Брестский областной исполнительный комитет. Экономика. Предпринимательство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brest-region.gov.by/index.php/upravlenie/ispolnitelnaja-vlast/101-oblast/ekonomika/predprinimatelstvo>. – Дата доступа: 10.11.2020.

Т.В. Кривицкая, Н.Н. Флячинская
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

T.V. Krivitskaya, N.N. Flyachinskaya
Brest state technical university,
Brest, Republic of Belarus

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

STATE REGULATION OF TRADING ACTIVITIES IN THE REPUBLIC OF BELARUS

В данной статье рассмотрены методы государственного регулирования, принимаемые в отношении объектов торговой деятельности в Республике Беларусь, раскрыты такие понятия, как торговля, торговый объект, оптовая и розничная торговля, общественное питание; приведена классификация форм осуществления торговли.

This article discusses the methods of state regulation adopted in relation to objects of trade activity in Republic of Belarus, discloses such concepts as trade, trade facility, wholesale and retail trade, public catering; provides a classification of forms of trade.

Сегодня предприятия осуществляют свою деятельность в разных сферах и отраслях хозяйства (промышленности, сельском хозяйстве, торговле и др.) Они могут заниматься как одним видом деятельности, так и несколькими. Именно предприятия производят, реализуют товары, осуществляют работы и услуги или иные виды коммерческой деятельности. Все это говорит о том, что предприятие является первичным, основным звеном общественного производства. Торговля является одной из важнейших сфер деятельности, в которой пересекаются интересы многих отраслей, предприятий и населения.

В настоящее время главной целью торговых предприятий должно быть получение максимальной прибыли, при этом товарооборот выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель. Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализуемых товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема товарооборота как основного фактора роста доходов и прибыли, относительного снижения расходов на реализацию и расходов на оплату труда.

Интеграция экономики Республики Беларусь в мировую систему хозяйства усиливает взаимозависимость и требует тесного взаимодействия субъектов коммерческих операций на основе унификации документации, инструментов и методов, используемых при оформлении торговых операций, а также сближения правовой базы, регламентирующей их.

Проблема эффективности существует в той или иной интерпретации с периода возникновения материального производства и отражает взаимосвязь производственных отношений определенного способа производства.

В условиях перехода к рыночной экономике и ее становления изменяется трактовка и иерархия критериев эффективности, их содержание и характеристики. Поскольку основой

рыночной экономики и предпринимательства является прибыль, доход, то в качестве первичного критерия экономической эффективности выступает максимизация прибыли на единицу затрат и ресурсов при высоком качестве продукции, работ и услуг, обеспечения их конкурентоспособности. В то же время в новых условиях сохраняется и общенациональный критерий эффективности: максимизация национального дохода, валового национального продукта на единицу затрат и ресурсов при повышающемся уровне благосостояния жизни народа [1, с. 35].

Обобщая точки зрения различных авторов, можно отметить, что политико-экономическое содержание торгово-хозяйственной эффективности определяется ими как система отношений по поводу конечных народнохозяйственных результатов, которые выражают эффективность на всех стадиях процесса воспроизводства. Поэтому эффективность хозяйствования включает в себя не только эффективность управления процессом производства, но и всеми фазами воспроизводства и выражает в группе показателей меру реализации экономического интереса. В связи с этим понятие эффективности производства рассматривается как закономерный, устойчивый и объективный процесс функционирования экономики, который приобрел черты экономического закона.

Экономическая эффективность занимает важное место в экономике хозяйственных систем, является критерием целесообразности создания новых отраслей и предприятий, реконструкции действующих компаний, разработки и применения новой техники, мероприятий по совершенствованию организации производства, труда и управления [2, с. 97].

Социальная эффективность обеспечивает реализацию социальных целей общества и предполагает усиление социальной ориентации экономического роста. Показателями социальной эффективности является: уровень жизни населения, уровень заработной платы, содержание и условия труда, доступность и качество образования, здравоохранения, состояние окружающей среды. Недопустимо увеличение масштабов производства за счет ухудшения условий труда, нанесения ущерба окружающей среде, снижения других показателей жизнедеятельности человека.

Главным критерием социально-экономической эффективности является степень удовлетворения конечных потребностей общества, и прежде всего потребностей, связанных с развитием человеческой личности. Социально-экономической эффективностью обладает та экономическая система, которая в наибольшей степени обеспечивает удовлетворение многообразных потребностей людей: материальных, социальных, духовных, гарантирует высокий уровень и качество жизни. Основой такой эффективности служит оптимальное распределение имеющихся у общества ресурсов между отраслями, секторами и сферами национальной экономики [3, с. 27].

В рыночной экономике торговля является наиболее распространенной сферой предпринимательской деятельности и сферой применения труда. Назначение торговли заключается в том, что она обеспечивает доведение потребительских товаров и услуг от производителя к потребителю посредством купли-продажи. Торговля – предпринимательская деятельность, направленная на приобретение и продажу товаров с оказанием или без оказания услуг, связанных с продажей товаров [4, с. 118].

Торговля возникла на соответствующем этапе развития общества, а именно тогда, когда отдельные производители начали изготавливать продукции больше, чем им требовалось для своих собственных нужд. Предшественником торговли был натуральный обмен продуктами труда, возникший еще в недрах первобытнообщинного строя. Значительный толчок в развитии обмена дало возникновение городов. Наряду с этим, важным экономическим предпосылкой развития регулярного обмена было появление частной собственности на орудия и средства производства и предметы труда [5, с. 91].

Как экономическая категория торговля выражает отношения обмена путем купли-продажи товаров посредством денег и может рассматриваться как форма организации товарно-денежного обмена продуктами труда, характеризующаяся в условиях рынка конкуренцией и преследующая цели наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей. Торговля как форма товарного обращения осуществляет связь между производством и потреблением и представляет собой фазу расширенного воспроизводства [6, с. 7].

Торговля как отраслевая экономическая система представляет собой крупное и важное подразделение экономики, включающее совокупность торговых организаций, предприятий и торговых объектов и обладающее общностью материально-технической базы, используемых кадров и торгово-технологического процесса. Ей присущи все внутренние и внешние свойства отраслевых систем. К внутренним свойствам относятся однородность и устойчивость, к внешним – обусловленность отраслевой системы и ее способность к адаптации [7, с. 83].

Сущность торговли проявляется в ее функциях в системе общественно-экономических отношений. Торговля выполняет две функции: функцию удовлетворения платежеспособного спроса населения, реализации доли каждого индивида в национальном доходе в определенных предметах потребления, тем самым обеспечивая воспроизводство рабочей силы; функцию обмена товаров путем купли-продажи, смены форм стоимости или возмещения при обмене затрат общественного необходимого труда.

В процессе выполнения первой функции происходит реализация произведенных продуктов как потребительных стоимостей, в процессе выполнения второй – реализация их как стоимостей (обмен денежных доходов населения на предметы потребления). Главной является функция удовлетворения платежеспособного спроса населения. Выполняя свои функции, торговля обеспечивает производству возмещение затрат на изготовление товаров и получение прибыли, способствует непрерывности процесса воспроизводства.

В процессе доведения товаров от производства до потребления торговля изучает спрос населения, составляет заказы промышленности на производство товаров народного потребления, способствует укреплению связей между отдельными отраслями экономики.

Торговый объект в соответствии с Законом Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 янв. 2014 г. № 128-З (в. ред. от 16.07.2016) – капитальное строение (здание, сооружение) или его часть (части) либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, оснащенные торговым оборудованием, предназначенным для продажи товаров, а также передвижные средства развозной и разносной торговли [8].

Видами торговли в соответствии с Законом Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 янв. 2014 г. № 128-З (в. ред. от 16.07.2016) являются оптовая торговля, розничная торговля и общественное питание. Оптовая торговля – вид торговли, осуществляемый в целях последующего использования товаров в предпринимательской деятельности или в других целях, не связанных с личным, семейным, домашним потреблением и иным подобным использованием [8].

Оптовая торговля является необходимым звеном товарного обращения. Она обеспечивает коммерческое посредничество по установлению хозяйственных связей между субъектами рынка (производителями и организациями розничной торговли), преобразованию производственного ассортимента товаров в торговый, созданию запасов и товароснабжению розничной торговой сети. Ее необходимость обусловлена специализацией организаций-изготовителей на выпуске товаров узкого ассортимента, требованиями перемещения товаров из пунктов производства в пункты потребления, комплектованием торгового ассортимента, контролем качества товаров и т.п. [9, с. 38].

Торговые организации могут осуществлять оптовую торговлю через общетоварные или специализированные склады, организовывать хранение и переработку товаров, формировать их запасы, оказывать информационные, транспортные и иные услуги, связанные с торговлей.

В соответствии с п. 1 статьи 213 Гражданского кодекса Республики Беларусь собственность может быть государственной или частной. Государственная собственность выступает в виде республиканской и коммунальной. Субъектами права частной собственности являются физические и негосударственные юридические лица.

Розничная торговля – вид торговли товарами, предназначенными для личного, семейного, домашнего потребления и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью. Она осуществляется обычно через торговые объекты (магазин, павильон, палатка, киоск, лоток, торговый автомат, автолавка, автомагазин) [1, с. 24].

Общественное питание (торгово-производственная деятельность) представляет собой вид торговли, включающий производство, переработку, реализацию и организацию потреб-

ления продуктов питания с оказанием либо без оказания сопутствующих услуг населению. Оно осуществляется через торговые объекты общественного питания, которые подразделяются на типы (столовая, ресторан, кафе, закусочная, буфет, бар и т.п.), имеющие наценочные категории (люкс, высшая, первая, вторая, третья), либо не имеющие их.

В Республике Беларусь в качестве форм осуществления торговли определены:

- комиссионная торговля (осуществляется на основании заключенных договоров комиссии);
- торговля на конкурсах (договор купли-продажи заключается на торгах с претендентом, предложившим наилучшие условия);
- торговля на аукционах (товар реализуется на торгах в заранее установленное время и в назначенном месте тому, кто предложил наивысшую цену);
- торговля по образцам (товар выбирается покупателем по образцам, описаниям товаров, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах и т.п.);
- торговля с использованием автоматов;
- выездная торговля (торговля вне постоянного места расположения торгового объекта);
- посылочная торговля;
- торговля на ярмарке (оптовая или розничная торговля в определенном месте и в определенное время, проводится на местном, республиканском и межгосударственном уровнях);
- электронная торговля (заказ, покупка и продажа товаров осуществляются с использованием информационных систем и сетей);
- торговля на рынке и иные формы, не запрещенные законодательством [10].

Организации торговли подразделяют на классификационные группы в зависимости от различных признаков:

- по формам собственности (частные, государственные, муниципальные, унитарные, кооперативные и др.);
- по видам торговли (предприятия оптовой (мелкооптовой) торговли, предприятия розничной торговли);
- по специализации торговой деятельности (универсальные, специализированные, неспециализированные: с комбинированным ассортиментом, со смешанным ассортиментом);
- по способу организации торговой деятельности (сетевые (торговая сеть), автономные, фирменные и др.);
- по виду торгового объекта (стационарные, нестационарные);
- по формам торгового обслуживания покупателей (с полным самообслуживанием, с частичным самообслуживанием, с индивидуальным обслуживанием (в том числе через прилавок), с обслуживанием по предварительным заказам, с обслуживанием по образцам, с обслуживанием по каталогам и др.);
- по условиям реализации товаров (наличие или отсутствие торгового зала): магазины и объекты мелкорозничной торговой сети;
- по типам предприятий торговли.

Таким образом, как экономическая категория торговля выражает отношения обмена путем купли-продажи товаров посредством денег и может рассматриваться как своеобразная форма организации товарно-денежного обмена продуктами труда, характеризующаяся в условиях рынка конкуренцией и преследующая цели наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей.

Современные предприятия вынуждены адаптироваться к условиям рыночных отношений и конкуренции. Поэтому факторы, определяющие успех на рынке, одновременно являются и факторами выживания организации. Перед Республикой Беларусь на современном этапе остро стала необходимость в увеличении темпов экономического роста и повышении уровня эффективности, как самых важных частей экономического, социально-культурного и политического развития общества.

Литература

1. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник для вузов / О.С. Виханский. – М.: Экномистъ, 2011. – 296 с.

2. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: учеб. / Л.А. Брагин [и др.]; Рос. экон. академия им. Г.В. Плеханова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 559 с.
3. Грибов, Д.А. Экономика предприятия сервиса: учеб.пособие для вузов / Д.А. Грибов. – М.: КноРус, 2012. – 312 с.
4. Платонов, В.Н. Организация торговли: учеб. пособие / В.Н. Платонов. – Минск.: Новое знание, 2012 – 380 с.
5. Баканова, М.И. Экономический анализ в торговле: учебное пособие / М. Баканова [и др.]; под ред. М.И. Бакановой. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 400 с.
6. Будько, Г. «Товародвижение» – особый продукт : [Внедрение современных компьютерных программ в потребкооперации] / Г. Будько // Вести потребкооперации. – 2015. – 24 июня (№ 25). – С. 7-15
7. Арустамов, Э.А. Оборудование предприятий торговли: учеб.пособие / Э.А. Арустамов. – М.: Издательский дом «Дашков и К°», 2012. – 452 с.
8. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 8 янв. 2014 г. № 128-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2014. – № 2/2126 в. ред. от 16.07.2016 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by>. – Дата доступа: 26.03.2019.
9. Брагин, Л.А. Торговое дело – экономика и организация / Л.А. Брагин. – М.: ИНФРА – 2013. – 576 с.
10. Гринберг, А.С. Информационные технологии управления : учеб.пособие для вузов / А.С. Гринберг. – М. : ЮНИТИ–ДАНА, 2014. – 479 с.

Т.В. Кривицкая, Н.Н. Флячинская

Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

T.V. Krivitskaya, N.N. Flyachinskaya

Brest state technical university,
Brest, Republic of Belarus

ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

THE IMPORTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE MODERN ECONOMY

В данной статье рассмотрены такие понятия, как информация, информационные технологии в экономике, роль современных технологий в экономике. Выделены основные факторы, которые послужили толчком к активному использованию и внедрению информационных технологий в Республике Беларусь.

This article examines the concept of information, information technologies in the economy, the role of modern technologies in the economy, and highlights the main factors that prompted the active use and implementation of information technologies in the Republic of Belarus.

Сегодня информационные технологии играют большую роль в развитии современной экономики. Сейчас достаточно часто можно услышать такие понятия, как виртуальная или информационная экономика. Это обусловлено тем, что информационные технологии и экономика – две достаточно тесно связанные области, которые в совокупности дают положительный экономический эффект и производственный результат. Без применения новейших ИТ современная экономика не сможет динамично и быстро развиваться. Сейчас современные информационные технологии в экономике применяют с целью эффективной и

оперативной компьютерной обработки информационных ресурсов, их передачи на любые расстояния в самые минимальные сроки. Примечательно, что информационная экономика изменила функцию денег, которые на современном этапе выступают в роли средства расчетов. Сегодня благодаря развитию информационных технологий появился виртуальный банкинг и системы оплаты, которые играют значительную роль в развитии современной экономической деятельности государства.

Кроме того, информационные технологии в экономике – это комплекс действий, которые осуществляются над экономической информацией с помощью компьютеров и другой техники с целью получения положительного оптимального результата.

В экономике информационные технологии нужны для эффективной обработки, сортировки и отбора данных, с целью осуществления максимально эффективного процесса взаимодействия человека и вычислительной техники, для того, чтобы удовлетворить потребности в информации, а также для осуществления оперативного взаимодействия.

Свое признание в качестве одного из важнейших экономических ресурсов информация получила относительно недавно. Рассматривать это понятие как научную категорию начали примерно тридцать лет назад. Первые попытки определить границы понятия «информация» были сделаны экономистом Фрицом Махлупом. По его словам, под влиянием информации экономика переросла в новый сектор народного хозяйства, в котором происходит производство, обработка и управление знаниями, и получила название «Экономика знаний» [1]. Вслед за этим были опубликованы методики анализа информационной деятельности М. Пората и М. Рубина [2]. Именно они получили широкое распространение в мировой практике.

В наши дни информация является одним из важнейших ресурсов развития общества наряду с материальными и человеческими ресурсами. С помощью информационных товаров и услуг общество получает возможность удовлетворять потребности как в новых сведениях и знаниях, так и разного рода эстетические потребности. Главная функция информационных продуктов – предоставить определенную информацию и средства, которые могут эти знания воссоздавать. Наличие такого понятия, как информация ряда свойств, традиционно присущих материальным ресурсам, дало основание при анализе информационного производства использовать многие экономические категории (цена, издержки, прибыль и др.). В качестве экономического ресурса информация выполняет функцию обмена, ее количество ограничено, при этом на нее предъявляется платежеспособный спрос.

Значимость информации, ее практическая ценность заключается в возможности предоставить дополнительную свободу действий ее потребителю (при помощи тех знаний, которые она в себе несет). Информация расширяет набор возможных альтернатив и позволяет правильно взвесить и оценить их последствия, помогает снимать неопределенность в той или иной ситуации. Тем не менее очевидно, что такое определение не отражает в полной мере всю сущность понятия «информация». Довольно часто встречается и обратный вариант: полученные с помощью информации знания позволяют увидеть новые горизонты, тем самым увеличивая степень неопределенности и затрудняя выбор [3].

Таким образом, на сегодняшний день теория информации еще до конца не изучена. Существует множество различных, иногда полностью противоположных утверждений относительно сущности этой категории. Однако единого общепризнанного определения самого понятия «информация» в мире нет.

Наиболее целесообразно при дальнейшем изучении этой темы рассматривать информацию как особую форму знания, трансформированного в какую-либо материальную форму и отчужденного от его непосредственного владельца.

Итак, в наши дни информация является одним из важнейших ресурсов развития общества наряду с материальными и человеческими ресурсами. Главная функция информационных продуктов – предоставить определенную информацию и средства, которые могут эти знания воссоздавать.

Значение информационных технологий в экономике сегодня является одной из самых популярных тем для исследования. Это результат того, что сегодня мы живем в эпоху компьютерных технологий, используемых нами повсеместно. Поэтому экономистам нужно знать и уметь правильно применять информационные технологии.

Существует несколько вариантов смыслового наполнения информационных технологий, составляющих технологический треугольник новой информационной среды: связь, вычислительная техника и средства массовой информации. Использование информационных технологий в экономике включает в себя сбор, обработку, хранение и передачу больших массивов экономической информации. Кроме того, сегодня изучают способы сбора информации из разных источников, которые доступны человечеству. Обработка экономической информации происходит по определенным и заранее заданным алгоритмам, которые нужно не просто уметь использовать, а прежде всего следует понимать их правильный смысл и назначение. Хранение экономической информации может осуществляться в разных объемах и на различных носителях. При этом, передавать сегодня информацию можно на разные расстояния, самые длинные и невероятные, и в кратчайшие сроки.

Складывается ситуация, когда «мир тонких технологий начинает управлять миром машин – миром реальности» («the world of the soft technologies will soon command the world of the hard machines – the world of reality»).

Таким образом, информационная экономика – это развивающаяся отрасль науки (экономики), которая в свою очередь требует максимальных капиталовложений с целью приобретения высокотехнической техники и подготовки необходимого уровня специалистов. Поэтому информационная экономика как важная отрасль науки сегодня требует значительного инвестирования. Однако результаты себя долго ждать не заставляют. Они просто ошеломляющие, и их можно охарактеризовать как новый виток развития науки [4].

Сегодня, благодаря новым информационным технологиям в экономике, большинство бизнесменов отправляют своих работников на курсы повышения квалификации и освоения новых программных продуктов, которые позволяют увеличить и оптимизировать конечный результат. В свою очередь для работодателей это означает значительные затраты на подготовку специалистов, однако в будущем, обладая специалистом, который умеет работать с определенными программами, он максимально увеличит эффективность труда на своем предприятии.

Информационная экономика дала возможность сделать значительный прорыв вперед. В последнее время, как всем известно, изменились функция денег, благодаря информационным технологиям появились пластиковые карты, виртуальные деньги. Это позволило обществу не носить с собой множество купюр, а удобно и надежно обеспечивать свои платежи. Все это принадлежит новому этапу развития информационных технологий в экономике.

За последние годы современная экономика показала существенный рост значения информационных технологий, особенно в сферах малого и среднего бизнеса. Вопрос качества товара и качества самого обслуживания становится более открытым. Так же для того, чтобы организация могла своевременно и грамотно реагировать на каждый индивидуализированный запрос потребителя, на каждое изменение в спросе, жизненно необходимым становится внедрение информационных систем. Облегчает эту задачу и тот фактор, что на сегодняшний день цены на существенную часть информационных технологий стали общедоступными для практически любого сегмента бизнеса. В последнее время бытует мнение, что современному бизнесу необходимо иметь слаженную CRM-систему (Customer Relationship Management), которая позволит создать здоровую коммуникацию между организацией и ее потребителями.

Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система) включает прикладное программное обеспечение для организаций, которое служит для автоматизации стратегий взаимодействия с клиентами, в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинговой политики и улучшения качества обслуживания путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними.

Таким образом, можно выделить следующие основные факторы, послужившие толчком к более активному использованию и внедрению информационных технологий в Республике Беларусь.

1. Рост конкуренции. Помимо стандартного требования соответствовать определённым стандартам качества, организации вынуждены привлекать клиентов массой дополнительных высококачественных услуг. Это быстрая и удобная доставка, возможность мгновенной обратной связи, предоставление полной информации о товаре и услуге на сайте и многое другое.

2. Глобальное изменение поведения потребителей. Современный потребитель требует не только низкие цены, не только высокое качество, но и полный спектр дополнительных услуг. Потребитель требует индивидуальный подход, который обеспечил бы высокую скорость двухсторонней коммуникации, чтобы получать всю необходимую информацию в любое удобное время. Именно по этой причине большинству фирм пришлось осваивать мастерство e-маркетинга для создания интернет-магазинов и активно инвестировать в поисковую оптимизацию, – поднятию позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта.

3. Доступность информационных технологий в наши дни. Для большинства организаций с ограниченным бюджетом наиболее приоритетным направлением является развитие антикризисного управления и максимальная экономия издержек, но именно передовые информационные технологии позволяют организациям выбиваться на лидирующие позиции.

Информационные технологии служат эффективным инструментом в принятии экономически важных решений и участвуют в процессе эффективного управления в любой сфере человеческой деятельности. Современные модели информационных технологий дают дополнительные возможности для прогноза экономически важного результата, чтобы на его основании уже принимать правильное и взвешенное управленческое решение, возможность осуществить подсчет совокупного экономического эффекта, риски и гибкость показателей системы.

Литература

1. Porat M. Rubin M. The Information Society: Development and Measurement. Washington. 1978.
2. Stonier, T. The Wealth of Information. London. 1983.
3. Абросимов, А.Г. Теория экономических информационных систем / А.Г. Абросимов. – М.: Академия, 2011. – 160с.
4. Коротков, А.В. Интегрированные информационные системы в российском бизнесе / А.В. Коротков. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 458с.

Т.В. Кривицкая, Н.Н. Флячинская

Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

T.V. Krivitskaya, N.N. Flyachinskaya

Brest state technical university,
Brest, Republic of Belarus

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

В данной статье рассмотрена роль информационного обеспечения в системе управления деятельностью предприятия в современных условиях, исследованы проблемы и концепция управления предприятием с применением ИТ.

This article discusses the role of information support in management activities of the enterprise in modern conditions; the problems of using IT and the concept of enterprise management are investigated.

Передовые информационные технологий оказали влияние на все сферы человеческой жизни. Это следствие общего роста информационных потребностей и развития отрасли информационных услуг. Поэтому успешное функционирование предприятия невозможно без

получения достоверной информации. Новые реальности подразумевают новые приоритеты и требуют новых методов управления.

В современных условиях эффективное управление представляет собой ценный ресурс организации, наряду с финансовыми, материальными, человеческими и другими ресурсами. Следовательно, повышение эффективности управленческой деятельности становится одним из направлений совершенствования деятельности предприятия в целом. Наиболее очевидным способом повышения эффективности протекания трудового процесса является его автоматизация. Но то, что действительно, скажем, для строго формализованного производственного процесса, отнюдь не столь очевидно для такой изящной сферы, как управление [1].

Трудности, возникающие при решении задачи автоматизированной поддержки управленческого труда, связаны с его спецификой. Управленческий труд отличается сложностью и многообразием, наличием большого числа форм и видов, многосторонними связями с различными явлениями и процессами. Это прежде всего труд творческий и интеллектуальный. На первый взгляд, большая его часть вообще не поддается какой-либо формализации. Поэтому автоматизация управленческой деятельности изначально связывалась только с автоматизацией некоторых вспомогательных, рутинных операций. Но бурное развитие информационных компьютерных технологий, совершенствование технической платформы и появление принципиально новых классов программных продуктов привело в наши дни к изменению подходов к автоматизации управления производством [2].

Особенность современного этапа развития организации заключается в том, что неуклонно повышается роль интеллектуализации трудовой деятельности, использовании при управлении организациями современных информационных технологий. Информационные технологии – прежде всего инструмент управления. Как и любой другой, он служит для координации и контроля хода бизнес-процессов при достижении целей. Простое обладание этим инструментом, как и любым другим, не гарантирует успеха, но его отсутствие на крупном предприятии ведет к краху.

Информационная система управления должна решать текущие задачи стратегического и тактического планирования, бухгалтерского учета и оперативного управления фирмой. Многие учетные задачи (бухгалтерского и материального учета, налогового планирования, контроля и т. д.) решаются без дополнительных затрат путем вторичной обработки данных оперативного управления. Учет является необходимым дополнительным средством контроля.

Используя оперативную информацию, полученную в ходе функционирования автоматизированной информационной системы, руководитель может спланировать и сбалансировать ресурсы предприятия (материальные, финансовые и кадровые), просчитать и оценить результаты управленческих решений, наладить оперативное управление себестоимостью продукции (товаров, услуг), ходом выполнения плана, использованием ресурсов и т.д.

Информационные системы управления позволяют [3]:

- повышать степень обоснованности принимаемых решений за счет оперативного сбора, передачи и обработки информации;
- обеспечивать своевременность принятия решений по управлению организацией в условиях рыночной экономики;
- добиваться роста эффективности управления за счет своевременного представления необходимой информации руководителям всех уровней управления из единого информационного фонда;
- согласовывать решения, принимаемые на различных уровнях управления и в разных структурных подразделениях;
- за счет информированности управленческого персонала о текущем состоянии экономического объекта обеспечивать рост производительности труда, сокращение непроизводительных потерь и т.д.

Классификация информационных систем управления зависит от видов процессов управления, уровня управления, сферы функционирования экономического объекта и его организации, степени автоматизации управления.

Основными классификационными признаками автоматизированных информационных систем являются [3]:

- уровень в системе государственного управления;
- область функционирования экономического объекта;
- виды процессов управления;
- степень автоматизации информационных процессов.

Информационная технология справляется с существенным увеличением объемов перерабатываемой информации и ведет к сокращению сроков ее обработки. ИТ является наиболее важной составляющей процесса использования информационных ресурсов в управлении.

Автоматизированные информационные системы для информационной технологии – это основная среда, составляющими элементами которой являются средства и способы для преобразования данных. Информационная технология представляет собой процесс, состоящий из четко регламентированных правил выполнения операций над информацией, циркулирующей в ИС, и зависит от многих факторов, которые систематизируются по следующим классификационным признакам [3]:

- степень централизации технологического процесса;
- тип предметной области;
- степень охвата задач управления;
- класс реализуемых технологических операций;
- тип пользовательского интерфейса;
- способ построения сети.

Среди основных причин роста объема информации в промышленности можно выделить следующие [4]:

– Во-первых, непрерывно расширяется ассортимент выпускаемых изделий. Каждое наименование изделий требует составление соответствующей документации (конструкторской, технологической, производственной, эксплуатационной и т.д.), выполнение соответственных управленческих задач при проектировании, производстве, сбыте и эксплуатации.

– Во-вторых, происходит усложнение конструкций машин и технологии их производства. Машины становятся конструктивно сложнее, так появляются элементы автоматизации и увеличивается количество комплектующих изделий. В производстве одной и той же модели с каждым годом участвуют все больше оборудования. Чем больше разнообразие технологических процессов, тем, естественно, больше объем соответствующей информации.

– В-третьих, под влиянием научно-технического прогресса ускоряется сменяемость выпускаемых изделий и чаще осуществляются нововведения в технологии выпускаемых изделий и организации производства. В результате этих факторов чаще перестраивается производство, пересматриваются нормы и нормативы, корректируется техническая и структурная политика.

– В-четвертых, хозяйственная практика в условиях перехода к рыночным отношениям выдвигает качественно новые задачи управления, решение которых требует изучения информации о внешнем и внутреннем рынке, о сбыте и спросе на выпускаемую продукцию, сведений о возможности заключения договоров на поставку комплектующих изделий и материалов, наличии необходимого сырья на рынках.

Информационная система управления для промышленного предприятия не должна замыкаться только в рамках управления бизнес-процессами. Данная система должна объединить в себе все три уровня управления, происходящими на предприятии:

- управление бизнес-процессами;
- управление проектно-конструкторскими разработками;
- управление технологическим процессом производства.

Единство информационной системы управления предприятием состоит в том, что данные, полученные или введенные на любом уровне системы, должны быть доступны всем её компонентам (принцип однократного ввода).

Система управления предприятием состоит из управляющей части и управляемых процессов. Чтобы управляющая часть могла осуществлять управление, ей требуется сопоставлять фактическое состояние управляемого процесса с целью управления, т.е. управляемый процесс также оказывает воздействие на управляющую часть. Взаимовлияние

и воздействие друг на друга обоих элементов системы управления осуществляются через передачу информации. Другими словами, в системе управления всегда присутствует замкнутый информационный контур.

В рамках информационного контура передается информация о состоянии объекта управления (управляемого процесса) и управляющих воздействиях.

Информационный контур, средства сбора, передачи, обработки и хранения информации, а также персонал, обслуживающий информационный контур, являются элементами информационной системы фирмы. В задачи информационной системы организации входят:

- обеспечение процесса принятия решений;
- предоставление нужной информации в нужное время и нужном месте;
- оптимизация системы управления, повышение ее эффективности;
- создание информационной и технической среды для осуществления управления организацией;
- структурирование информации и др.

В системе должна быть реализована стратегия производства, ориентированного на потребителя, независимо от того, разрабатывает предприятие продукцию под заказ, производит на склад, ведет единичное, мелкосерийное или крупносерийное производство.

Система должна управлять производственным процессом и непрерывно контролировать его параметры на отклонение от допустимых значений, начиная со стадии планирования заказа на реализацию до отгрузки готовой продукции потребителю.

Система должна реализовывать методику управления затратами и центрами затрат. Такая методика требует планирования себестоимости изделий, утверждения плановых нормативов и контроль отклонений фактических затрат от их нормативов для своевременного принятия мер. Учет затрат должен осуществляться по местам их возникновения и позволять управленческому персоналу вести анализ.

На основе производственного плана и нормативной себестоимости система должна рассчитать смету затрат на производство. Система должна обеспечить единство данных финансового и управленческого учета.

В современных условиях функционирования предприятия совершенно необходимо, чтобы данные, введенные в систему, были доступны сразу после регистрации хозяйственной операции всем, кто испытывает в них потребность: от учетчика в цеху до управляющего предприятием [5].

Можно выделить шесть заинтересованных групп, от которых зависит принятие решений в сфере ИТ:

- высшее руководство, которое должно управлять ИТ как стратегическим потенциалом предприятия;
- специалисты, занимающиеся поиском системных решений для оптимизации специальных функциональных задач;
- менеджеры отдельных хозяйственных подразделений, которые должны использовать ИТ в силу логики своей хозяйственной деятельности, чтобы удовлетворять запросы клиентов, снижать издержки и т.д.;
- менеджеры служб бухгалтерско-финансового учета, если таковые предусмотрены организационной структурой системы промышленного предприятия;
- поставщики ИТ, которые должны предлагать услуги в строгом соответствии с проблемными установками своих потребителей;
- собственное информационно-технологическое подразделение.

Мировой опыт применения информационных технологий говорит, что структура такой единой информационной системы управления предприятием должна быть следующей. «Становым хребтом» единой информационной системы управления предприятием является система управления бизнес-процессами предприятия – система класса ERP (Enterprise Resources Planning – планирование ресурсов предприятия). Необходимым элементом являются системы автоматизации проектно-конструкторской деятельности и технологической подготовки производства (САПР/АСТПП – CAD/CAM/CAE/PDM), обеспечивающие снижение времени производственного цикла и повышения качества продукции. Третий элемент – системы

управления технологическим процессом производства. Связующее программное обеспечение осуществляет взаимодействие всех ранее описанных решений в рамках единой информационно-аналитической системы управления предприятием.

На основе модели предметной области, характеризующей объект управления, создается общая модель управления, по которой, в свою очередь, формируются модели решаемых задач. Так как для решения задач управления применяют различные информационные процессы, то необходимо строить модель их организации, которая на логическом уровне увязывает применяемые при решении задач процессы управления.

При обработке данных формируются все основные информационные процессы: обработка, обмен и накопление данных, представление знаний. Физический уровень информационной технологии представляет ее программно-аппаратную реализацию. На физическом уровне информационная технология рассматривается как система, состоящая из крупных подсистем: обработки, обмена, накопления данных, получения и отображения информации, представления знаний и управления данными и знаниями.

Таким образом, современное промышленное предприятие – сложная социально-экономическая система, для управления которой нужны современные формы и методы управления. Для совершенствования системы управления предприятия необходимо создавать подразделение на принципах органических организационных структур. В Республике Беларусь необходимы соответствующие изменения системы управления для внедрения современных информационных технологий управления. Реорганизация промышленного предприятия и внедрение информационных технологий должны начинаться с разработки стратегии предприятия, с совершенствования организационной структуры, сертификации системы качества и внедрения процессного подхода к управлению предприятием.

Литература

1. Виханский, О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Высшая школа, 2004. – 263 с.
2. Галачиева, С.В. Формирование и реализация стратегии повышения конкурентоспособности промышленного производства / С.В. Галачиева, А.В. Алиханов // Вопросы экономики и права. – 2012. – № 12.
3. Краснов, С.В. Информационные технологии в организации производства наукоемкой продукции / С.В. Краснов, О.Ю. Федосеева // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Выпуск №17. – Тольятти: ВУиТ, 2011.
4. Кретьева, Н.Н. Использование информационных технологий при принятии управленческих решений: учеб.-метод. пособие / Н.Н. Кретьева, Т.О. Толстых. – Воронеж, 2006.
5. Чернов, С.А. Роль инноваций в преодолении предприятием экономического кризиса / С.А. Чернов // Ученые записки РГСУ. – М., 2010. – № 1.

С.Н. Кушева

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, РФ

S.N. Kuzheva

Omsk State University F.M. Dostoevsky, Omsk, RF

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ И СПОСОБНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ

PURPOSE IN ORGANIZATION AND ABILITY OF MANAGERS

С позиций диалектического подхода рассмотрены два понятия цели: «цель деятельности» и «цель стремления». Проанализирована взаимосвязь между целью и средством её достижения. Обоснована диалектическая роль глобального критерия. Представлена характеристика используемых менеджерами стратегий целеполагания. Определены факторы повышения эффективности развития способности к целеполаганию у менеджеров.

From the standpoint of the dialectical approach, two concepts of goal are considered: "the goal of activity" and "the goal of striving". The relationship between the goal and the means of achieving it is analyzed. The dialectical role of the global criterion is substantiated. The characteristics of goal-setting strategies used by managers are presented. The factors of increasing the effectiveness of the development of the ability to set goals in managers are determined.

Цель – одна из центральных категорий теории систем. Как и все абстрактные категории, она имеет весьма широкое толкование и разные интерпретации. Система, какое бы поведение она ни осуществляла, всегда стремится к определенной точке, то есть цель рассматривается как инвариант поведения системы. Цель, с точки зрения нейрофизиологии, – это формирование на уровне нервной системы модели всех признаков и свойств будущего полезного результата, в связи с которым и ради которого развивались процессы афферентного синтеза. Психологи определяют цель как один из элементов поведения и сознательной деятельности человека, характеризуемый предвосхищением в мышлении результата этой деятельности и пути его реализации с помощью определённых средств. В практической деятельности цель выступает как способ интеграции различных действий человека. В менеджменте под целью понимают описание будущего состояния объекта; желаемое состояние системы, определенную реакцию на выходе системы. Для менеджмента организации – это способ интеграции действий различных людей в некоторую упорядоченность или систему. Это исходный пункт, определённые отношения между субъектом и объектом управления.

Существующая формально-логическая методология концентрирует усилия на решении проблемы оценки и упорядочения вариантов удовлетворения исходной потребности, выбора из некоторого множества альтернатив, сформулированных на основе специального знания. В тоже время недооценивается принципиальная роль определения цели и задач, подлежащих решению в процессе её достижения. В результате такого подхода возникает, с одной стороны, ситуация множества находящихся на одном уровне значимости целей, с другой стороны, смешиваются цели и задачи по их достижению.

Используя подход с позиций диалектической логики можно устранить отмеченный выше недостаток [1]. Категория «противоречие» – центральное понятие диалектики – рассматривается как сложное взаимоотношение между противоположностями. Диалектика, признавая существование многих противоречий в развитии явления, выделяет среди них основное противоречие. Разглядеть основное противоречие – значит, познать самое существенное в явлении. Ведь единственным источником определения и формулирования цели должно стать стремление разрешить основное противоречие, рассматриваемое как сложное взаимоотношение между противоположностями [2, С 86]. Чем правильнее раскрывается существо основного противоречия в развитии, тем реальнее и объективнее становится цель, яснее её характер.

Представление о двух понятиях цели было выработано в рамках диалектических исследований проблемы целеполагания на основе решающей роли противоречия (работы А.М. Гендина, Н.Н. Трубникова, А.А. Чунаевой и др.). Первое – актуальная, конкретная цель, «цель деятельности». Второе понятие – потенциальная цель, бесконечная по содержанию «цель стремления», цель-идеал.

«Цель деятельности» отражает априорное представление о результате деятельности человека, ограниченном временными и пространственными рамками. После окончания указанного интервала человек анализирует полученный результат, степень его соответствия поставленной цели, ставит новую цель и тем самым создает цепь сменяющих друг друга целей развития. «Цель деятельности» отвечает на вопросы: «Чего достичь? Какого результата добиться?».

«Цель стремления» носит абстрактный характер, отражает представление о конечной цели как о некотором общем благе, ради достижения которого действует человек. Тем не менее, пренебрежение ею на практике означает неизбежное отклонение последовательности конкретных целей от истинного, единственно правильного пути, компасом для которого служит цель-идеал. «Цель стремления» отвечает на вопрос: «Зачем нужно достигать тот или иной результат?».

Философская концепция о двух целях может быть применена для устранения многоцельности и смешения понятий «цель», «задача», прежде всего, в менеджменте. Для этого «цель стремления» к разрешению основного противоречия в развитии управляемого объекта должна быть использована в качестве собственно цели управления, а «цель деятельности» должна трансформироваться в «задачи».

Если цель выступает как идеальное описание результата деятельности, то сама деятельность - как процесс достижения цели. И как содержание цели определяется объективно существующими вокруг объекта условиями, так и её реализация обеспечивается имеющимися в распоряжении субъекта средствами. Не является непосредственным и переход от цели к результату. Ведь не сами сформулированные человеком цели как таковые приводят к результату, к конкретному результату приводит процесс достижения цели с помощью определенных средств.

Средствами достижения цели являются существующие в природе и обществе предметы или действия, включенные в систему целенаправленной деятельности и обеспечивающие получение определённого результата. Именно через средство устанавливается связь идеальной в своей основе цели с объективным реальным миром. Цели неотделимы от средств их достижения подчёркивают некоторые исследователи [3, С. 39]. То, что, с одной точки зрения, является целями, с другой - является средствами. То, что целесообразно сделать, часто зависит от того, что возможно сделать. В системе организации то, что является целью объекта управления, для субъекта - средство достижения цели.

Вторым отрицательным последствием существующей формально-логической методологии является недооценка взаимосвязи между целью и средством её достижения. Из дедуктивной логики метода дерева целей следует однонаправленная связь между целью и средством, где цель определяет средство. Данный подход противоречит диалектической двойственности отношений между целью и средством. С одной стороны, средство, рассматриваемое в целом, определяется характером поставленной цели. С другой стороны, средство оказывает влияние на фактический характер цели. Взаимоотношения цели и средства заключается в том, что цель не только определяет тот или иной предмет или действие как соответствующее ей средство, но и сама выступает как нечто содержательное, конкретное лишь в связи с отношением к средству, то есть данные взаимоотношения носят характер двусторонней предопределённости. Ещё Аристотель говорил, что «не цель бывает предметом решения, а средства к цели...» [4, С 56].

Не учитывая эту двойственность, менеджмент приходит к необоснованному расширению круга средств, якобы обеспечивающих достижение данной цели. В результате этого в теории управления принцип многовариантности решения задачи, разнообразия путей достижения цели является одним из главных.

Учитывая диалектику взаимоотношения между целью и средством, задачей и вариантом её решения, теория управления приходит к необходимости более глубокого исследования проблемы «различия вариантов». Сейчас эти различия рассматриваются лишь с позиции оценки уровня эффективности решения поставленной задачи, необходимости выбора наиболее эффективного варианта и отклонения остальных. Однако, если глубже исследовать причины неэффективности отброшенных вариантов, то оказывается, что они решают задачи близкие, но отличные от поставленной. Исследования показывают, что разница между средствами достижения цели состоит не в том, что одно средство в каком-то смысле эффективнее достигает цели, чем другое, а в том, что они достигают близкие по характеру, но отличные друг от друга цели. Отсюда вытекает идея не только о взаимовлиянии, но и взаимно однозначном соответствии между «целью» и «средством», «задачей» и «вариантом её решения». Тем самым концепция многовариантности подменяется принципом единственности варианта, который находится в диалектическом единстве с рассмотренным ранее принципом единственности цели.

Далее, можно утверждать, что анализ характера разрешения основного противоречия как результата борьбы двух взаимоисключающих противоположностей также приводит к отрицанию возможности разных путей этого разрешения. Ведь оно протекает альтернативным путём и завершается победой прогрессивной по направленности развития противоположности.

Но и это нельзя рассматривать как догму. Концепция однозначного единства между единственной целью (задачей) и единственным средством ее достижения (вариантом решения) не исключает из практики менеджмента принятия решения многовариантного подхода, а лишь меняет характер его применения. Он должен использоваться как способ осознанного выхода на единственный вариант [5, С 56].

Инструмент, вскрывающий конкретный характер связи между целью и средством, задачей и вариантом, есть критерий оценивания. Критерий - (от греч. *kriterion* - средство для суждения), признак, на основании которого производится оценка, мерило оценки [6, С. 362], норма, или правило, по которому отбираются те или иные средства достижения цели.

Мнозначность определения этого понятия приводит к тому, что оно часто смешивается не только с показателями, факторами, но и целями, ограничениями на ресурсы и т.п. Обычно оценка варианта решения задачи осуществляется по списку показателей, который формируется исходя из цели-идеала. Необходимость получения одного параметра оценки вынуждает агрегировать показатели в один глобальный критерий.

Диалектическая роль глобального критерия проявляется и при определении количества используемых показателей. С одной стороны, их число должно быть большим, что расширяет объём решаемой задачи до уровня цели-идеала, с другой – ограниченность ресурсов вынуждает уменьшать число показателей, и объём цели-идеала до уровня цели деятельности (задачи). В результате определяется оптимальный объём решаемой задачи и вариант её решения.

Если критерии являются количественными и имеется достаточная информация о них, то цель и средства её достижения можно связать аналитически, что и будет представлять собой критерий эффективности функционирования системы. Если нужно удовлетворить не одно требование, то объединяются критерии. Способ представления цели в виде критериев эффективности позволяет решать вопросы выбора средств достижения цели путём оптимизации аналитических выражений различными методами. Широкое распространение этого способа привело к тому, что в некоторых технических науках и исследовании операций понятия «цель» и «критерий» стали считать синонимами. Это возможно, если удаётся получить аналитическое выражение критерия эффективности, если же значительная часть критериев носит качественный характер, то следует чётко различать цели и критерии отбора средств их достижения.

Содержание цели включает объективное и субъективное. С одной стороны, потребность – категория объективная, цели отражают требования объективных законов жизни человека и общества (закон земного притяжения, законы экономии времени, закон стоимости и т.п.). С другой стороны, цели являются продуктом сознания, определяются имеющимся опытом и формулируются людьми, отражая их интересы.

Целеполагание является компонентом любой деятельности, и, следовательно, любая деятельность не может быть успешной без развитой способности к целеполаганию. Следовательно, способность к целеполаганию рассматривается как базовая по отношению ко всем остальным способностям человека. Сочетание тех или иных качеств и свойств личности определяет особенности проявления способности к целеполаганию, возможности продуктивного целеполагания менеджеров и их способности разрабатывать оптимальные стратегии.

Процесс достижения целей не может быть описан как линейная последовательная смена действий или деятельности по порождению, выбору и реализации целей. Они находятся в той сложной взаимосвязи, когда формирование цели происходит в форме ее выбора, выбор цели требует ее формирования и формулирования, а достижение или реализация цели зависит от правильного выбора и уровня сформированности цели.

Можно выделить следующие стратегии целеполагания [7]:

– «Критериально-волевая» стратегия характеризуется тем, что субъект целеполагания чётко определяет критерии достижения цели и способы оценки продвижения к ней, полностью и точно представляет последствия её достижения, умеет успешно преодолевать любые затруднения, отвлекающие от поставленной цели. Здесь ведущими становятся способности прорабатывать образ цели, процесс её достижения и последствия её реализации, настойчивость при достижении целей. Данная стратегия обеспечивает эффективное целеполагание.

– «Перспективная» стратегия характеризуется тем, что субъект целеполагания связывает успех с постановкой значительных, стратегических целей. Если такая цель поставлена, никакие внешние влияния не позволят отказаться от неё. В рамках данной стратегии существует тенденция, связанная с тем, что выбор может осуществляться не по критерию масштаба целей, а по критерию их достижимости (следование принципу «Лучше синица в руке, чем журавль в небе»).

– «Тоновая» стратегия связана с тем, что субъекту целеполагания достаточно общих представлений о цели деятельности. Средства и методы её достижения он выбирает в зависимости от складывающейся ситуации.

– При «прагматической» стратегии субъект целеполагания опирается на свою способность соотносить уровень сложности поставленной цели и вероятность ее достижения и исходит из предположения о том, что основным достоинством любой цели является её достижимость.

– «Спонтанная» стратегия строится на уверенности субъекта целеполагания в том, что успех в достижении целей не связан с внутренней, психической активностью человека, одновременно не отрицается стремление к самостоятельности, а способность самостоятельно ставить и выбирать цели считается недостаточной для их эффективного достижения.

– «Тупиковая» стратегия характеризуется отказом выходить за пределы настоящего. Субъект целеполагания не стремится к построению перспективы, демонстрирует низкую целеустремленность, «отказывается» от роли субъекта целеполагания, полностью подчиняется обстоятельствам, останавливается в саморазвитии, тенденция к осуществлению сменяется тенденцией к существованию.

Объективным акмеологическим фактором повышения эффективности развития способности к целеполаганию у менеджеров является непрерывное самообразование. В качестве субъективных акмеологических факторов выступают следующие: развитая рефлексия, обеспечивающая продуктивный анализ процесса целеполагания; многоконтекстное творческое мышление, позволяющее эффективно использовать творческие стратегии целеполагания; акмемотивация, активизирующая и регулирующая акмеориентированное саморазвитие человека как субъекта целеполагания; ценностные ориентации, детерминирующие направленность и интенсивность формирования компонентов способности к целеполаганию.

Объективно-субъективными акмеологическими факторами повышения эффективности развития способности к целеполаганию у менеджеров являются: обеспечение эмоционально положительного отношения к развитию данной способности; создание условий развивающего взаимодействия; индивидуальный подход к обучению [8, С 56].

Стихийное развитие способности к целеполаганию не обеспечивает успешность в определении, построении и достижении целей. Генеральным условием повышения эффективности развития способности к целеполаганию у менеджеров является субъектно-акмеологический подход в процессе подготовки и переподготовки менеджеров. Основной целью его использования в процессе развития способности к целеполаганию является обеспечение условий для формирования у менеджеров субъектного опыта в области целеполагания.

Литература

1. Категории диалектики (теоретико-методологические проблемы): Цикл лекций/ Под общ. ред. И.Я. Лойфмана. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2003. – 235 с.
2. Анохин, П.К. Философский смысл проблемы естественного и искусственного интеллекта / П.К. Анохин // Вопросы философии. – 1973. – № 6. – С. 83-97.
3. Черняк, Ю.И. Системный анализ в управлении экономикой / Ю.И. Черняк. – М.: Экономика, 1975.
4. Анохин, П.К. Избранные труды: Философские аспекты теории функциональной системы. – М.: Наука, 1978.
5. Вапнэ, Г.М. О единственности и единстве цели, варианта и критерия// Системный анализ в проектировании и управлении: Труды V111 Междунар. Научн.-техн. конф. СПб.: Изд-во «Нестор», 2004. – С. 56-59.

6. Краткий экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 4-е изд. доп. – М.: Институт новой экономики, 2007. – 1008 с.

7. Деркач, А.А. Акмеологические стратегии развития: монография / А.А. Деркач. – М.: Изд-во РАГС, 2006. – 184 с.

8. Долгова, В.И. Акмеологические проблемы развития инновационной культуры субъектов системы профессионального образования / В.И. Долгова // Научные исследования в образовании. – 2010. – № 11. – С. 16-23.

Л.О. Кулакова, Д.Л. Артерчук

УО «Брестский государственный технический университет», г. Брест, Республика Беларусь

L.O. Kulakova, D.L. Arterchuk

Brest State Technical University, Brest, Republic of Belarus

УСТРОЙСТВА СИСТЕМЫ «УМНЫЙ ДОМ»

«SMARTHOME» SYSTEMDEVICES

Аннотация. В данной статье рассматривается такая технология как «умный дом», описаны основные типы применяемых «умных» устройств, а также приведены некоторые конкретные примеры девайсов по каждому типу.

Abstract: this article describes a technology called «smart home», describes the main types of used «smart» devices, and also provides some specific examples of devices for each type.

«Умный дом» быстро становится все более заметным в современном обществе. Даже если дом не полностью оборудован всеми новейшими гаджетами, существует большая вероятность того, что есть, по крайней мере, пара таких «умных устройств», которые должны сделать жилище более комфортным и удобным для жизни и существенно облегчить ее.

Технологии постоянно меняются. Совсем недавно телевидение было самой «умной» вещью в доме и основной формой развлечения. Не так давно компьютеры и интернет дома были совершенно новой концепцией. Сейчас мы живем в такое время, когда все эти вещи находятся внутри наших смартфонов.

Сегодня технология делает намного больше, чем просто развлекает. Люди теперь оснащают свои дома гаджетами, чтобы облегчить себе жизнь, и речь не только о простой микроволновой печи или тостере.

Идея «умного дома» не нова, но она быстро становится все более обыденной в домах многих людей. Термины «умный дом» и «интернет вещей» могут быть взаимозаменяемы во многих различных аспектах. Проще говоря, они связаны с подключением устройств через интернет. Сюда могут входить практически любые устройства: стиральные машины, светильники, телевизоры, кофеварки и почти все, что можно включать и выключать. Эта групповая связь может разгрузить дела по дому и проверку домашних устройств.

Далее приведены некоторые конкретные примеры «умных» устройств:

1. **«Умные» решения освещения.** Одним из примеров является Holі Sleep Companion. Эта специальная «умная» лампа предназначена для того, чтобы разбудить человека естественным образом с помощью специально настроенного синего оттенка, который снижает уровень мелатонина в организме. У нее есть еще один режим, который помогает быстрее заснуть.

Еще одним инновационным осветительным продуктом является Flux Bluetooth Smart LED. Эта одиночная лампа поддерживает более 16 миллионов цветовых градиентов и полностью управляется с помощью приложения для смартфона. Она может быть запрограммирована на то, чтобы светить разными цветами в разное время суток и даже может реагировать на музыку в комнате.

2. **«Умная» бытовая техника.** В качестве примера может служить печь LG Smart ThinQ Electric Single Oven Range с инфракрасным грилем. Работая со специализированным

сопутствующим приложением для смартфона, эта печь может быть запрограммирована и управляться из любой точки мира. Изменение температуры, режима и любых других настроек может быть произведено с помощью обширной панели управления или смартфона.

3. **«Умные» элементы энергоснабжения дома.** К примеру, беспроводной водяной клапан FortrezZ Z-Wave. С помощью этого клапана, подключенного к водопроводной магистрали дома, можно дистанционно управлять подачей воды через систему домашней автоматизации Z-wave. Это открывает массу возможностей. Если прибор протекает, датчики наводнения обнаруживают его, автоматически отключая подачу воды, чтобы ограничить повреждение. В то же время на смартфон придет уведомление о случившемся. Данный гаджет – идеальное решение для загородных домов, арендных квартир и даже коммерческих зданий, и может быть применено на посудомоечных машинах, водонагревателях, ваннах, холодильниках и многом другом.

4. **«Умные» жалюзи.** Прежде всего, экономия энергии – это очень важное преимущество. Когда ваши жалюзи можно грамотно запрограммировать или автоматически настроить на открытие и закрытие в соответствующее время суток, ваш дом может пассивно экономить энергию. Когда жалюзи закрыты, пока вы находитесь на работе, дом будет оставаться темным и прохладным в летнее время, так что вы можете приехать в комфортное жилище без затрат на кондиционирование воздуха. Более того, большинство из них можно запрограммировать на открытие до приезда. Можно настроить их на закрытое состояние на время сна и открытие до того, как вы проснетесь. Это позволяет хорошо начать день, а естественный свет помогает пробудить вас от дремоты.

InvisiShade: «PushButtonprivacy» – «умное» стекло, которое меняется от прозрачного к полному затемнению за 400 миллисекунд и обратно к прозрачному по команде. Первоначально он был разработан для обеспечения безопасности на правительственных объектах высокого уровня, но теперь доступен обычным потребителям. InvisiShade можно управлять с помощью стандартных настенных выключателей, пультов дистанционного управления и даже планшетов или смартфонов. Еще более впечатляющим является то, что его можно превратить в сенсорный компьютер или киноэкран.

WinkBali – моторизированные оконные жалюзи. Они управляются с помощью приложения Wink, что дает вам полную власть над освещенностью дома в любое время суток из любого места. Сами жалюзи могут питаться от выбранной вами батареи, настенной розетки или даже солнечной энергии.

5. **«Умные» домашние камеры видеонаблюдения.** NetatmoWelcome использует технологию распознавания лиц, обеспечивая мощный удаленный монитор безопасности и многое другое. Он может предупреждать, когда члены семьи проходят мимо, отправляя свои имена на смартфон. Он также предупреждает о появлении посторонних лиц на территории дома.

«Умный» домашний фонарь безопасности Kupa. Этот продукт представляет собой интеллектуальную камеру безопасности с поддержкой Wi-Fi и видеодомофон, встроенный в наружный свет. HD-видеокамера и детекторы движения предупреждают о любом движении за пределами дома с помощью push-уведомлений на смартфоне. Есть возможность общаться с любым человеком у двери через двусторонний домофон.

6. **«Умные» дверные замки.** Бесключевой дверной замок с отпечатками пальцев 1touch Evo3. Этот никелевый дверной замок имеет раздвижную крышку, чтобы незаметно скрыть клавиатуру и сканер отпечатков пальцев. Обладая емкостью отпечатков пальцев 36 пользователей и до 78 индивидуальных пользователей паролей, он может отслеживать и контролировать доступ, разрешенный всем, кого владелец хочет видеть в своем доме. С его многоуровневыми ступенями безопасности дом превращается в интеллектуальный шлюз за считанные минуты.

7. **Датчики «умного» дома.** Хорошим примером является датчик движения Smart Things Smart Sense. Этот простой и незаметный датчик движения может быть запрограммирован для запуска действий в нескольких различных устройствах, все они подключены к центральному интеллектуальному концентратору. Это конкретное устройство предназначено для работы с концентратором SmartThings от Samsung, чтобы позволить установить множество условий, при которых будут активироваться другие подключенные устройства. Он позволяет

включать свет при необходимости, включать сигнализацию для обеспечения безопасности во время отсутствия хозяина и даже устанавливать термостаты, оконные кондиционеры или портативные обогреватели для автоматической регулировки на основе показаний температуры. Небольшой размер означает, что его можно разместить или установить в любом месте.

8. Интеллектуальное распознавание голоса. Voice Pod – это небольшой настольный продукт, который обеспечивает громкую связь и речевую обратную связь для всей экосистемы «умного» дома. После активации встроенное программное обеспечение действует на простые речевые команды, позволяя управлять многими устройствами умного дома. Такие фразы как «выключите свет» и «заприте дверь» работают интуитивно и мгновенно. Устройство не только распознает общие фразы, но и может изучать настраиваемые команды для управления чем угодно – от телевизора и музыки до освещения, термостатов, абачуров и систем безопасности.

Интеллектуальный термостат HoneywellWi-Fi с голосовым управлением. Этот удобный для отображения «умный» термостат настроен так, чтобы слушать ваш голос и изучать новые команды в зависимости от того, как вы с ним взаимодействуете. Вы можете использовать простой, интуитивно понятный язык, чтобы запрограммировать его, говоря такие вещи, как: «подними температуру в доме на четыре градуса». Со временем устройство становится «умнее», добавляя команды, основанные на взаимодействии с вами. Еще одним достоинством этого термостата является то, что он предлагает настраиваемый сенсорный экран, оповещения по электронной почте, прогноз погоды и удаленный доступ Wi-Fi.

IveeSleek – это уникальный домашний концентратор, который полностью разработан на взаимодействии с голосом. Он позволяет управлять всеми подключенными смарт-устройствами вашего дома с помощью простых голосовых команд, позволяя устанавливать напоминания, таймеры пробуждения и получать интернет-контент, такой как погода и новости, не поднимая пальца. Например, если сказать: «Хорошо, Айви, установи термостат на 24 градуса», устройство выполнит команду по беспроводной сети. Он совместим с целым рядом интеллектуальных устройств, включая Nest, WeMo, SmartThings, Hue и многое другое. Также он взаимодействует с такими приложениями, как Spotify и Uber, позволяя вам настроить поездку или запрограммировать плейлист. Микрофон может принимать ваши команды с расстояния до 4,5 метров в любом направлении.

9. Экологически чистые продукты для «умного» дома. Отличной альтернативой обычным коврам является ковер SmartStrand Carpet. Он изготовлен из кукурузы в качестве основного ингредиента, перерабатывая экстрагированный сахар в ключевой компонент ткани. Так плетется само волокно SmartStrand и превращается в красивый ковер. В результате получается очень прочный, но полностью натуральный ковер, защищенный от многих видов пятен.

Отличный вариант для зала – камин, который работает на биоэтаноле и денатурированном спирте. Это полностью возобновляемые источники энергии, изготовленные из ферментированных сахарных и крахмальных компонентов побочных продуктов растений, включая сахарный тростник, кукурузу, картофель, молоко, рис и даже виноград. Сжигание биоэтанола происходит настолько чисто, что можно полностью выбросить дымоход, сохраняя тепло непосредственно в помещении. Данный камин намного безопаснее обычных, так как дыма от горения нет.

Литература

1. Умный дом своими руками: учебник / В.Н. Гололобов. – 2017. – 415 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.pdfdrive.com/Умный-дом-своими-руками-e184552691.html/>. – Дата доступа: 04.10.2020.

2. Создание умного дома на базе Arduino учебник / В.А. Петин. – 2018. – 182 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.pdfdrive.com/Создание-умного-дома-на-базе-arduino-e184744512.html/>. – Дата доступа: 08.10.2020.

Л.О. Кулакова, И.А. Кулаков

УО «Брестский государственный технический университет», г. Брест, Республика Беларусь

L.O. Kulakova, I.A. Kulakou

Brest State Technical University, Brest, Republic of Belarus

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОЙ ЛОГИСТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация. В данной статье дана оценка состояния Белорусской железной дороги (в том числе контейнерных перевозок) и перспективных направлений развития железнодорожного транспорта.

Abstract: This article provides an assessment of the state of the Belarusian railway (including container traffic) and promising directions for the development of railway transport.

Введение. Железнодорожный транспорт во всем мире играет большую стратегическую роль как для внутренних, так и для транзитных и международных (включая межконтинентальные) перевозок. В Европе актуальность железнодорожной логистики связана как с европейскими перевозками, так и с перевозками межконтинентальными, в особенности в азиатском направлении. Особое место в таких перевозках занимают критские коридоры № 2 и № 9. Республика Беларусь находится на пересечении этих критских коридоров. Ежегодно Республика Беларусь пропускает транзитом до 120 млн т грузов. Растет количество и контейнерных перевозок в рамках «Великого шелкового пути», направление Китай-Европа. Совершенствуется и внутренняя логистическая система железнодорожного транспорта. Железная дорога Беларуси содержит 5.5 тыс. км путей сообщения и состоит из 50 логистических грузовых терминалов.

Анализ работы железнодорожного транспорта в Республике Беларусь. Сегодня Белорусская железная дорога – это лидер национальной системы перевозок.

Являясь одним из важнейших транспортных комплексов страны, в настоящее время она успешно развивается и обеспечивает в Беларуси около 63 % грузооборота всех видов транспорта общего пользования и 33 % пассажирооборота.

Для обеспечения перевозок грузов на Белорусской железной дороге 226 грузовых станций осуществляют грузовые операции, имеются 6 предприятий по терминальной обработке грузов. Грузовых терминалов – 50, из них контейнерных – 18 (обладают необходимыми складскими площадями и средствами погрузки/выгрузки).

В 2019 году внедрены мобильные услуги для клиентов – контур АС «Электронная перевозка» и мобильное приложение «S2 Mobile» на платформе Android.

Современный терминально-складской комплекс Белорусской железной дороги представляет собой комплекс более 604 тыс. м². На складах открытого и закрытого типов перерабатываются грузы, хранятся грузы в таможенном и свободных режимах. Ниже рассмотрим основные показатели работы железной дороги.

Объем перевозок грузов

За 2019 год на Белорусской железной дороге перевезено 145,5 млн тонн грузов. Из них вывоз составил 17,5 млн тонн или 12 % от общего объема. Ввоз составил 52,9 млн тонн или 36 % от общего объема. Во внутривнутриреспубликанском сообщении перевезено 36,0 млн тонн грузов или 25% от общего количества. Транзитом перевезено 39,1 млн тонн или 27 % от общего количества.

Погрузка

В прошедшем году погружено 87.6 млн. тонн грузов. Самый большой удельный вес в общем объеме погрузки составляют строительные грузы 27,0 %, далее нефть и нефтепродукты 20,0%, химические и минеральные удобрения 17,1 %, лес и лесоматериалы 10,8%. Основными грузоотправителями являются РУПП «Гранит», ОАО «Беларуськалий», ОАО «Мозырьский НПЗ», ОАО «Нафтан».

Контейнерные перевозки

Контейнерные перевозки играют особую роль в деятельности Белорусской железной дороги. За 2019 год общий объем перевозок грузов в контейнерах по Республике Беларусь составил 732.9 тыс. контейнеров в двадцатифутовом эквиваленте (ДФЭ), что составляет 115,4 % к 2018 году. Из них ввоз 114,9 тыс. контейнеров в ДФЭ (154,2 % к 2018 году), вывоз

97,6 тыс. контейнеров в ДФЭ (112,8 % к 2018 году), транзит 504,1 тыс. контейнеров в ДФЭ (108,7% к 2018 году).

Двадцатифутовый эквивалент, ДФЭ (twenty-foot equivalent unit, TEU) – условная единица учета парка контейнеров и контейнерных перевозок, за которую принят интермодальный контейнер ИСО размерами 20 x 8 x 8 футов (6058 x x 2438 x 2438 мм) типа 1СС. В ДФЭ (TEU) также рассчитываются показатели грузооборота портов, контейнерных терминалов; грузоместимость судов-контейнеровозов и т.п. В перевозке грузов контейнер ИСО типа 1А принимается за 2 ДФЭ, контейнер ID – за 0,5 ДФЭ и т.д. В ДФЭ может также планироваться работа агента, осуществляющего букировку (квота грузоместимости транспортного средства, доходная ставка в расчете на ДФЭ).

Наибольшую роль транзитных контейнерных перевозок формируется на сообщении Европа- Китай.

В 2019 году Белорусской железной дорогой обеспечено положительная динамика перевозок грузов в контейнерах. В направлении Европа-Китай перевезено 338,5 тыс. контейнеров в ДФЭ, что составило 102,1 % к 2018 году.

В целях увеличения качества сервиса контейнерных перевозок в рамках проекта АО «ОТК ЕРА» реализована технология отправления кантейнерных поездов по объединенным схемам. Данная техноогия может уменьшить количество подвижного состава для перевозимых контейнеров. В особенности уменьшается количество тягового состава (до 30 %) при сохранении числа выделенных «ниток» графика движения поездов. Совместно с заинтересованными субъектами хозяйствования Республики Беларусь, транспортными и экспедиторскими предприятиями проводится системная работа по созданию привлекательных условий и совершенствованию перевозок по железнодорожным маршрутам для экспортированию товаров в Китай.

Также развивается система контейнерных перевозок в направлении Юг-Север и Запад-Восток. Например, перевозка с марта 2019 года щепы в открытых контейнерах ускоренными маршрутами в сообщении Беларусь-Украина-Румыния или совместная реализация с ЗАО «Мясо-молочная компания» проекта по отправке молочной продукции в контейнерах в горада Китая: Чэнду, Чунцин, Чженьчжоу, Ухань или с ноября 2019 года отправляются пиломатериалы с ООО «Столиндрев» город Чунцин.

В результате за 2019 год общий объем экспорта в контейнерных перевозках белорусских производителей составил 97,4 тыс. контейнеров в ДФЭ, или на 30 % больше чем 2018 году.

Белорусская железная дорога способна обеспечить качественное оказание транспортно-логистических и экспедиторских услуг субъектам хозяйствования Республики Беларусь с целью дальнейшего развития и увеличения объемов экспортных поставок продукции на внешние рынки сбыта. Ниже приведён анализ основных экономических показателей работы Белорусской железной дороги:

Доходы

Доходы по основному виду деятельности Белорусской железной дороги за 2019 год составили 3468,9 млн рублей.

Доходы от грузовых перевозок составили 2675,7 млн рублей. Выручка по пассажирским перевозкам 373,3 млн рублей. Доходы от реализации работ и услуг по иным видам деятельности 419,9 млн рублей. Удельный вес доходов то грузовых перевозок за 2019 год составил 77,1 %, от пассажирских перевозок 10,8 %, от иных видов деятельности 12,1 %.

Экспорт услуг

Экспорт услуг Белорусской железной дороги за 2019 год составил 720,4 млн \$, что составило 101,2 % к 2018 году.

Расходы

Расходы по основной деятельности в 2019 году составили 3005,2 млн рублей, в том числе расходы по перевозкам 2694,6 млн рублей.

Прибыль

За 2019 год прибыль от реализации основной деятельности составила 268.0 млн. рублей, в том числе прибыль от перевозок 216,4 млн рублей.

За 2019 год рентабельность реализованной продукции по основной деятельности Белорусской железной дороги сложилась на уровне 8,9 %. В том числе рентабельность перевозок составила 8,0 %, рентабельность продаж 7,7 %.

Перспективные направления развития перевозок.

1) В 2019 году был введен в эксплуатацию Центр управления перевозок (ЦУП). Это современный цифровой автоматизированный комплекс по перевозкам. Это позволило сконцентрировать оперативное управление движением до 60 % ЭКСПЛУАТАЦИОННОЙ ДЛИННЫ Белорусской железной дороги. В 2020-21годах необходимо довести показатель концентрации управления до 100 %.

2) Ввиду падения объемов международных перевозок, особенно транзитных, необходимо увеличить тарифный грузооборот в внутривнутриреспубликанском сообщении хотя бы на 1-2 %. Организовать беспрепятственный пропуск вагонопотока по полигону Белорусской железной дороги.

3) Увеличить маршрутную скорость поездов (на 1 км/час) и участковую скорость (на 2 км/час) за счет оптимизации графика движения поездов.

4) Повысить эффективность использования вагонного парка и сокращения сроков доставки грузов при помощи использования отправительских маршрутов. Например, наливных грузов, удобрений, промышленного сырья, щепы, лесаматериалов заменив литовское направление на станции Калининградской области. Это примерно 4,5 тыс. маршрутов. Эффект может составлять до 10 млн руб.

5) Продолжать работы по развитию железнодорожной инфраструктуры. Например, расширение станции Брузги, станции Влодава. Из наиболее значимых объектов в 2020 году можно отметить: «Капитальный ремонт металлического моста через р. Горынь на 149 км участка Сарны – Горынь»; «Железнодорожный мост через р. Березина на 36 км участка Жлобин – Калинковичи», «Капитальный ремонт железнодорожного моста через реку Неман в г. Гродно на 142 км перегона Гродно – Лососно», «Ремонт железнодорожного моста 938 км участка Барановичи – Брест». Это так называемые большие мосты протяженностью более 100 м. При ремонте данных сооружений применяются технологии, ранее не имевшие широкого распространения на территории Республики Беларусь, как пример, устройство прокладного слоя на смесях типа «Эмако» без балластного мостового полотна на железобетонных плитах.

Для эффективной конкуренции на рынке пассажирских и грузовых железнодорожных перевозок в XXI веке крайне важно, чтобы БЖД включила стратегическое использование цифровых технологий в свою бизнес-модель. Цифровые технологии могут помочь сектору улучшить обслуживание клиентов, повысить операционную эффективность и обеспечить лучшее управление инфраструктурой.

Литература

1. Симакова, О.В. Железные дороги. Общий курс: учеб. пособие / О.В. Симакова. – Минск: РИПО, 2014. – 224 с.

2. Официальный сайт Белорусской железной дороги. Раздел Статистика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rw.by/corporate/belarusian_railway/statistics/. – Дата доступа: 30.10.2020.

О.Н. Кушниренко

ГУ «Институт экономики и прогнозирования НАН Украины», г. Киев, Украина

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ИНДУСТРИИ 4.0

CREATING THE SUPPORTIVE SYSTEM OF THE INDUSTRY INNOVATION TRANSFORMATION IN THE CONDITIONS OF INDUSTRY 4.0

Автором определены основные принципы и ключевые сферы влияния при формировании системы поддержки инновационных трансформаций промышленности в условиях усиления влияния Индустрии 4.0. Разработана комплексная система поддержки на местном, региональном и государственном уровнях, которая содействует популяризации научной деятельности; укрепляет потенциал институций, создает условия для обучения персонала цифровым навыкам, содействует кластерному развитию и росту инновационных экосистем в различных секторах экономики.

The author defines the basic principles and key spheres of influence in the formation of a system for supporting innovative transformations in industry in the context of the increasing influence of Industry 4.0. For its implementation it is important to do the following: create the complex supporting system at the local, regional and state levels, which would popularize scientific activity; strengthen the capacity of innovation institutions; create conditions for personnel training with digital skills; form innovative ecosystems in various sectors of the economy.

Инновации и передовые технологии уже стали главным фактором конкурентоспособности лидирующих мировых экономик, что связано с трендом массового проникновения технологий Индустрии 4.0 во все сферы промышленности. Для того, чтобы успешно реализовать возможности глобального технологического тренда Индустрии 4.0 для всех участников экономики, необходимо направлять ресурсы и усилия в непрерывный инновационный процесс, создание новых разработок, формирование новых ценностей и внедрение их в производство. Особенно сильно ощущается влияние Индустрии 4.0 на развитие промышленности, где она открыла много возможностей на всех стадиях жизненного цикла производства: проектирование, производство, сбыт, маркетинг, послепродажное обслуживание.

Индустрия 4.0 как процесс комплексного применения в производственном процессе цифровых информационных технологий является тем инструментом, который трансформирует понятие физического труда человека, поставив на первый план творческую и умственную деятельность, повышает качество продукции, сокращает длительность производственного цикла, уменьшает нагрузку на окружающую среду, то есть в долгосрочной перспективе формирует не только экономические, но и социальные эффекты. К тому же Индустрия 4.0 трансформирует и саму логику массового производства, доказывая, что персонализированное (кастомизированное) производство продукта с индивидуально заданными параметрами является эффективной бизнес-моделью современности. Это подтверждает опыт развитых стран, в частности, США, Японии, Китая, Германии и других стран ЕС, где Индустрия 4.0 уже стала неотъемлемым элементом обеспечения конкурентоспособности промышленности. Развивающимся странам, имеющим мощный промышленный потенциал, сформировавшийся на протяжении многих лет истории, в частности, республике Беларусь и Украине, крайне необходимо осуществить качественные изменения, связанные с ускорением адаптации промышленности к технологическим вызовам Индустрии 4.0.

Именно это сейчас чрезвычайно актуально для республики Беларусь и Украины, где перерабатывающая промышленность не имеет достаточного уровня готовности к будущим вызовам, что несет определенные угрозы в условиях усиления глобальной конкуренции, следовательно, не позволит производителям конкурировать с мировыми лидерами уже в среднесрочной перспективе.

Целью исследования является обоснование приоритетных направлений и рычагов государственного регулирования национальной экономики, нацеленных на содействие адаптации промышленности к технологическим вызовам Индустрии 4.0 посредством реализации организационно-экономических факторов инновационного обновления производства, что может стать залогом экономического роста и укрепления конкурентоспособных позиций.

Для того чтобы производителям можно было бы адаптироваться к технологическим вызовам Индустрии 4.0, важным является определение центров стимулирующего воздействия в сферах промышленного, инновационного и цифрового развития. Адаптация к технологическим вызовам Индустрии 4.0 является сложным и длительным процессом, который требует кропотливого труда на всех уровнях, с учетом опыта развитых стран, прошедших подобные испытания и достигших высокого уровня развития. Действие организационно-экономического механизма содействия адаптации к вызовам Индустрии 4.0 направлено на создание благоприятных условий для инновационной деятельности и реализуется на следующих уровнях (рис. 1):

1. Микроуровень – промышленные производители, предприятия-субъекты хозяйствования проводят инновационное обновление материально-технической базы производства; внедрение новых способов переработки, технологий и новых материалов; совершенствование существующих методов производства и управления, разработка и внедрение новых видов продукции, введение новых производственных мощностей, перестройка организационной системы, подготовка высокопрофессиональных научных, инженерно-технических и рабочих кадров предприятия.

2. Региональный уровень – внедрение действенных мер поддержки на уровне регионов и местных общин для преобразования отстающих регионов в региональные инновационные кластеры.

3. Макроуровень – формирование эффективной промышленной политики, модернизация институциональной инфраструктуры, что предусматривает системное проведение реформ во всех сферах экономики и перезагрузки работы аппарата управления на всех уровнях.

4. Гражданский уровень – культурная и творческая адаптация населения, в частности, укрепление возможностей активного обучения с целью формирования приоритетных цифровых навыков и трансформация системы образования, а именно приобретение навыков комплексного решения проблем, аналитического и критического мышления, эмоционального интеллекта, стрессоустойчивости, знание технологий и умение ими пользоваться, усиление коммуникации в обществе.

5. Международный уровень – содействие интернационализации, доступ к глобальным цепочкам добавленной стоимости и новым рынкам, международное сотрудничество и возможности международной помощи, которая может предоставить необходимые средства (материальные промышленное оборудование и оборудование, сырье, материалы, финансовые (денежные ресурсы); интеллектуальные (ноу-хау, трансферт технологий); трудовые (высококвалифицированные специалисты); информационные ресурсы (консалтинг, тренинги, программы обучения).

6.



Рисунок 1 – Инструменты содействия адаптации промышленности к вызовам Индустрии 4.0
Источник: разработка автора

Критически важная роль в содействии адаптации производителей к новейшим технологическим трендам принадлежит государству как институту, который должен обеспечить действенные стимулы для налаживания эффективного взаимодействия между бизнесом и наукой. Необходимость активного участия государства в реализации стратегии Индустрии 4.0 определяется следующими факторами:

- государство, аккумулируя в одном источнике значительные ресурсы, имеет большие возможности и значительную ответственность за состояние и судьбу страны, уровень конкурентоспособности экономики, ее место в глобальном экономическом и технологическом пространстве, за национальную безопасность субъектов хозяйствования;

- государство формирует инновационный климат, общие правовые рамки и нормы осуществления инновационной деятельности предприятий с учетом специфических условий ее осуществления и высокого риска. Благоприятный инновационный климат включает предоставление преференций для участников инновационного процесса: компенсации повышенных расходов периода освоения принципиально новой техники и технологий (особенно основанных на отечественных изобретениях); льготные кредиты для осуществления инновационно-инвестиционных проектов; систему страхования инновационных рисков. К сожалению, налоговые и таможенные льготы для стратегических инновационных приоритетов как благоприятные условия для инноваций и инвестиций были отменены с целью уменьшения коррупции в Украине;

- базисные инновации требуют долгосрочных инвестиций с большим сроком окупаемости, на что не способны субъекты хозяйствования, характеризующихся низким уровнем доходности. Поэтому первоначальные вложения в освоение инноваций целесообразно было бы осуществлять на государственном уровне вместе с предприятиями, постепенно увеличивая их долю;

- государство должно способствовать развитию инновационной инфраструктуры и предпринимательского сектора экономики. Эти два направления деятельности тесно связаны. Как показывает зарубежный опыт, малые предприятия являются первыми, которые осваивают инновационные достижения, обосновывая необходимость проведения инновационной деятельности. Инновационная инфраструктура, способствуя этому, в то же время является проводником, который доказывает научно-технические достижения в производстве;

- важным фактором управления инновационным обновлением промышленности Украины является регламентация и защита интеллектуальной собственности. Одной из проблем является неэффективное использование важнейшей части национального богатства страны – интеллектуального продукта (изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, программного обеспечения, топологии интегральных микросхем, баз данных). Осуществляя экспертизу и оценку заявок на изобретения, государственный патентный орган должен выделять наиболее перспективные и эффективные из них, оказывать помощь их патентованию, способствовать их использованию предприятиями всех форм собственности для создания принципиально новой продукции или технологии, определять порядок распределения полученных от реализации изобретения доходов (включая интеллектуальную квази ренту) между всеми партнерами: изобретателями, предприятиями и государством.

Самым эффективным для этого является создание инновационных экосистем и содействия развитию инновационной инфраструктуры (бизнес-инкубаторов, инновационных кластеров, технологических и промышленных парков, технополисов и пр.), которые являются действенными инструментами трансформации научных результатов в реальные продукты и способны совместить научно-исследовательские организации и конкретные структуры производственной сферы.

На региональном уровне ключевой сферой влияния является развитие инновационных кластеров. Локальный уровень предусматривает инновационную трансформацию городов и мегаполисов в точки роста с определением ведущего технологического лидера. Кластеры поддерживаются с помощью отдельных кластерных программ или путем интеграции в другие программы экономической поддержки. Чаще всего кластерная политика связана с инновациями, исследованиями, разработками и технологической поддержкой. Большинство

кластерных политик реализуют смешанную стратегию, поддерживая как новейшие, так и зрелые отрасли, а также направлены на промышленную трансформацию, используя кластеры как катализаторы изменений.

Также необходимо отметить возможности европейских подходов к государственному стимулированию инновационных трансформаций в промышленности путем преобразования регионов в инновационные точки роста на основе стратегий СМАРТ-специализации. Они объединяют правительственные организации, местные органы власти, научно-исследовательские учреждения, предприятия, ассоциации, общественные учреждения, МСП на региональном уровне, содействуют коопетации, то есть плодотворному сотрудничеству конкурирующих предприятий в одной отрасли для снижения себестоимости выпускаемой продукции.

На уровне предприятий мы выделили следующие направления совершенствования механизмов управления бизнес-процессами предприятия, позволяет компаниям быстро реагировать на изменения внешней среды и оставаться прибыльными в условиях даже самой жесткой конкуренции, в частности это концепция непрерывного совершенствования (улучшения) бизнес-процессов, их автоматизация и реинжиниринг. Применение новых технологий требует не только воплощение инноваций, но и качественной инжиниринговой поддержки. Для проектов внедрения технологий Индустрии 4.0 в производство требуются высококвалифицированные специалисты, необходимо привлечение и внедрение специализированных инжиниринговых компаний, которые хорошо знают рынок, осваивают новые и эффективные экономические выгодные разработки, позволяющие выстраивать сложные технологические цепочки.

Принципиально важным при этом является координация усилий и кластерная сотрудничество. Украина имеет огромный потенциал индустриальных и цифровых сервисов и уже готова к сотрудничеству с иностранными партнерами. Успешными примерами является деятельность проактивных институций Ассоциации автоматизации промышленных предприятий, ведущих научных институций (Институт экономики и прогнозирования Национальной академии наук) на платформе Индустрия 4.0, которые с 2016 года проводят системную работу в сфере массовой пропаганды на всех промышленных рынках, подготовки отраслевых экспертов, отраслевых дорожных карт, создавая эффективные Центры 4.0 (как центры образования и просвещения), участие в создании кластеров. Однако существенным сдерживающим фактором является недостаточно активная система государственной поддержки инновационных трансформаций в промышленности. Стратегия Индустрии 4.0 еще не утверждена на государственном уровне и это является главной причиной, сдерживающей развертывание инициатив с теми темпами, как того требует ситуация дальнейшей деиндустриализации экономики. По результатам исследования потребностей украинских промышленных предприятий в сфере их адаптации к новым технологическим вызовам Индустрии 4.0 было определено, что сегодня наиболее остро стоит проблема отсутствия лоббирования интересов национального производителя и обоснована важность налаживания эффективного диалога между органами государственной и местной властью, национальными производителями и научными и образовательными учреждениями.

Результативность в решении проблемных вопросов может быть достигнута путем системной синергии, а именно механизмы обеспечения взаимодействия государственных рычагов поддержки инновационного потенциала предпринимательской среды. Среди первоочередных задач такого симбиоза – поддержка развития инновационных экосистем; обеспечения инклюзивного доступа к правам на новые отечественные технологии; обеспечения соответствия профессионально-квалификационной структуры персонала потребностям работодателей для обеспечения технологических изменений Индустрии 4.0 (приведение учебных программ в учреждениях образования в соответствии с потребностями работодателей в современном квалифицированном персонале для внедрения новейших технологий и моделей производства).

И.М. Лазарчук

Брестский государственный технический университет, Брест, Беларусь

I.M. Lazarchuk

Brest state technical University, Brest, Belarus

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES

Аннотация. В статье рассматривается хронология развития концепции «социальной ответственности», так же характеризуются предпосылки социально ответственной деятельности организаций.

Ключевые слова: социальная ответственность, принципы ведения бизнеса, деятельность организаций.

Annotation. The article discusses the chronology of the development of the concept of "social responsibility", as well as the prerequisites for socially responsible activities of organizations.

Keywords: social responsibility, business principles, organizations' activities.

Организации стремятся в XXI в. оправдать общественные ожидания в отношении своей деятельности и производимой продукции (товаров, работ, услуг), формируя при этом благоприятный социальный климат в целом, включая новый уровень жизни населения. Эти процессы получили название социальной ответственности бизнеса, которая в настоящее время является одной из фундаментальных ценностей общества, политики и экономики, одним из направлений развития современных предприятий. Социальная ответственность бизнеса является адекватным требованием субъектов рыночной среды, полностью соответствует мировым тенденциям.

В настоящее время принято выделять три этапа в развитии концепции «социальной ответственности» [3]:

Первый этап (1960-е - середина 1970-х гг.): «расцвет» благотворительности и традиционной филантропии. Однако в данный период социальная и деловая активность организаций были четко разграничены, а различного вида благотворительность осуществлялась, как правило, на основе личных симпатий руководителей хозяйствующих субъектов.

Второй этап (середина 1970-х - начало 1980-х гг.): появление и развитие «стратегической филантропии», когда организации начали согласовывать свои перспективные цели с решением социальных проблем общества.

Третий этап (конец 1980-х гг. - настоящее время): появление практики «социальных инвестиций», когда усилия коммерческих и некоммерческих организаций стали объединяться с усилиями органов государственной власти в целях решения определенных социальных проблем, включая создание государственно-частного партнерства.

Идеи социальной ответственности бизнеса имеют как своих сторонников, так и противников. Так, главными аргументами сторонников этой концепции являются:

– создание долгосрочных благоприятных перспектив в результате социально ответственного поведения бизнеса;

– появление большего доверия бизнесу со стороны населения в результате использования ресурсов организации для оказания помощи государству в решении социальных проблем;

– усиление морального обязательства организаций перед собственным персоналом и окружающим сообществом вести себя социально ответственно;

– накопление бизнесом большего опыта и компетенций в создании высоко конкурентной экономики в области сбалансированного решения многих социальных проблем.

Основопологающими факторами развития социально ответственной деятельности организаций являются состояние и структура экономики в целом, а также национальные, культурные и политические традиции стран. Указанные различия приводят к появлению

различных социальных программ, на осуществление которых крупные организации выделяют существенные ресурсы как в рамках текущей, так и инвестиционной деятельности.

Для создания благоприятных условий, позволяющих хозяйствующим субъектам в полной мере реализовывать принципы социально ответственного поведения, требуется дальнейшее совершенствование институциональных основ государства, развитие законодательной базы и повышение уровня корпоративной культуры организаций.

Существуют принципы ведения бизнеса, разработанные «Круглым столом в Ко» [2], на основе которых могут быть сформированы задачи социально ответственной деятельности любой организации:

- ведение текущей и инвестиционной деятельности в рамках, одновременно учитывающих общественные и собственные интересы;
- позитивное отношение к возникающим социальным приоритетам и ожиданиям заинтересованных сторон;
- готовность принять превентивные меры для исключения конфронтации с требованиями нормативных актов;
- балансирование между интересами владельцев организации и общества в целом;
- сохранение статуса добропорядочного гражданина своего общества в лице конкретного юридического лица.

Корпоративная социальная ответственность – это ответственность перед:

- инвесторами, акционерами и кредиторами – за их собственность;
- потребителями и клиентами – за качество товаров и услуг;
- работниками – за рабочие места, занятость, охрану труда;
- населением – за охрану и восстановление окружающей среды;
- государством – за соблюдение законов и своевременную уплату налогов.

Изначально модель корпоративной социальной ответственности представлялась объединением предпринимателей Великобритании «The London Benchmarking Group» в виде пирамиды, в основании которой находятся проблемы, связанные с оптимизацией качества самого бизнеса и образующих его бизнес-процессов[4]. Далее идет смягчение негативных последствий бизнеса на окружающую природную и социальную среду, а также партнерские программы, способствующие развитию социальной инфраструктуры бизнеса. И, наконец, – филантропия.

Современное представление о социально ответственной деятельности организации, как одного из факторов повышения ее конкурентоспособности, предполагает более детальную структуризацию направлений социально ответственной политики хозяйствующего субъекта, отражающую его стремление создавать, в первую очередь, стабильную основу для развития своего бизнеса в виде добросовестного взаимодействия с партнерами, производить конкурентоспособную продукцию, отвечающую высоким мировым стандартам качества, и гарантировать обществу экологическую безопасность.

Социальная ответственность бизнеса направлена на повышение уровня удовлетворенности и социальных потребностей не только персонала предприятия и потребителей, но и всех субъектов, с которыми сталкивается в процессе своего функционирования предприятие, способствует повышению эффективности деятельности организаций. На рис. 1 представлена иерархическая структура уровней социально ответственной деятельности организаций.

Расширение модели социально ответственной деятельности хозяйствующего субъекта, отвечая требованиям рациональности, соответствия миссии организации, ее интересам, а также достижению бизнес-целей, способствует повышению конкурентоспособного бизнеса. При этом необходимо обеспечивать прозрачность социально ответственной деятельности для заинтересованных сторон (от государства до собственников), обязательный учет их интересов, а также комплексность решаемых социальных проблем и нацеленность их на долгосрочный эффект.

Социальная ответственность предприятия проявляется на разных уровнях и охватывает различные сферы деятельности.



Рисунок 1 – Иерархическая структура уровней социально ответственной деятельности организаций

Во-первых, корпоративная социальная ответственность включает деловую практику относительно собственного персонала. Ответственность предприятия перед персоналом включает все, что касается повышения уровня качества трудовой жизни работников предприятия или организации.

Во-вторых, корпоративная социальная ответственность также предусматривает внедрение и распространение честных деловых отношений на рынке.

В-третьих, корпоративная ответственность предусматривает развитии позитивных отношений предприятия с обществом.

Корпоративная социальная ответственность связывается не только с внутрихозяйственной деятельностью компании, но и распространяется на ее отношения с внешним окружением.

К объектам, на которые распространяется корпоративная социальная ответственность бизнеса, можно отнести:

- работников компании;
- потребителей продукции и услуг;
- конкурентов;
- инвесторов;
- жителей местности, где функционирует организация;
- граждан, которые требуют особого внимания со стороны общества - дети, инвалиды, сироты, беременные женщины, пенсионеры, студенты и т.д.;
- социальную инфраструктуру – жилищно-коммунальное хозяйство, транспорт, учреждения образования, здравоохранения, науки, культуры, спорта, экологические сооружения и т.п.;
- органы власти;
- окружающую среду.

Основные характеристики социально ответственной деятельности организаций следующие [1]:

- вид развиваемых социальных ресурсов (внутренние или внешние социальные ресурсы);
- доходы и расходы (текущего и капитального характера) в бухгалтерском учете (по направлениям социально ответственной деятельности);
- материальные последствия от социально ответственной деятельности (например, привлечение дополнительного капитала; развитие объектов социальной инфраструктуры; реструктуризация налогов; получение налоговых льгот; использование регрессионной ставки

по социальным отчислениям; повышение производительности труда; минимизация выбросов вредных веществ; утилизация отходов; увеличение объемов продаж);

- нематериальные последствия от социально ответственной деятельности (например, улучшение имиджа бизнеса; повышение лояльности персонала, бизнес-партнеров и общества; развитие бренда);

- основные заинтересованные стороны (собственники, персонал, бизнес-партнеры, государство и окружающее сообщество).

От социально ответственной деятельности организации могут получать определенные виды доходов, под которые могут быть сформированы соответствующие расходы организации, связанные с социально ответственной деятельностью [3].

Очевиден тот факт, что зависимость между развитием корпоративной культуры организации и ее социально ответственной деятельностью (осуществлением социально ответственных расходов) индивидуальна для каждого экономического субъекта в связи со спецификой его бизнеса, разнообразием множества влияющих факторов, а также внутренних и внешних условий хозяйствования.

Социальная ответственность предприятия – это добровольный вклад предприятия в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью организации и выходящий за рамки определенного законом минимума.

Литература

1. Чудинов, О.О. Корпоративная социальная ответственность / О.О. Чудинов. – М., – 2018
2. Анкудинов, А.Б. Корпоративная социальная ответственность как фактор долгосрочного / А.Б. Анкудинов. – 2018. – № 1. – С. 109-114.
3. Афанасьев, Д.В. Инструмент для оценки социальной ответственности бизнеса / Д.В. Афанасьев. – 2017. – № 1. – С. 57-60.
4. Беляев, Ю.К. Социально ответственная деятельность: проблемы управления / Ю.К. Беляев. – 2017. – № 5. – С. 37-41.

Н.Н. Леонович

Академия управления при Президенте Республики Беларусь
г. Минск, Республика Беларусь

N.N. Leonovich

Academy of Management under the President of the Republic of Belarus
Minsk, Republic of Belarus

РЕСУРСОЭФФЕКТИВНОЕ ЦИКЛИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: ПРОГНОЗНЫЕ ОЦЕНКИ ОТХОДОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БРЕСТА

RESOURCE EFFICIENT CYCLIC PRODUCTION AS A FACTOR IN STIMULATING ECONOMIC GROWTH: FORECAST ESTIMATES OF WASTE CONSUMPTION BY THE EXAMPLE OF THE CITY OF BREST

В данной статье анализируется текущая ситуация в стране по обращению с отходами в законодательном аспекте, а также динамика образования отходов производства и потребления за последние 8 лет. Выполнена прогнозная оценка количественных показателей образования отходов в среднесрочной перспективе на примере города Бреста.

This article analyzes the current situation in the country in terms of waste management in the legislative aspect, as well as the dynamics of waste generation and consumption over 8 years. A predictive assessment of the number of indicators of formation in the average of quantitative indicators of waste generation in the average of quantitative.

Введение. Для устойчивого развития страны, включающего устранение связи между экономическим ростом и потреблением первичных ресурсов (эффект декарпинга) [1], очевидна замена устаревающей, традиционной, линейной экономической модели производства (при которой ресурсы добываются, используются для производства товаров, товары потребляются, а затем, после использования, вывозятся для захоронения на полигоны), на модель, которая предусматривает циклический круговорот ресурсов и энергии в производстве – экономику замкнутого цикла или, другими словами, циркулярную экономику (Circular economy). Следствием перехода к циклическому замыканию ресурсов является повышение конкурентоспособности национальной экономики в результате снижения себестоимости производимой продукции.

Циркулярная экономика входит в концептуальные рамки зеленой экономики и предполагает минимизацию добычи и импорта природных ресурсов (включая энергоносители), а также уменьшения захоронения неиспользованных отходов. Комплекс организационных этапов для увеличения доли повторного использования всех отходов (производства¹ и потребления²) предположительно можно свести к следующим шагам [2]:

1. Получение информации о количестве и происхождении отходов, а также будущей эволюции потоков отходов.

2. Получение информации о существующих схемах сбора отходов и утилизации.

3. Оценка потребности в новых системах сбора, организация работы этих систем.

4. Получение информации об основных объектах по восстановлению.

5. Разработка стратегий для эффективного использования ресурсов и энергии.

Таким образом, анализ количества и способов происхождения отходов является одним из ключевых подходов в стратегическом переходе к экономике замкнутого цикла.

Целью данного исследования является анализ современной ситуации по управлению отходами в Республике Беларусь и прогнозная оценка количественных показателей образования отходов в среднесрочной перспективе на примере города Бреста для развития ресурсоэффективного циклического производства.

Текущие предпосылки в Беларуси для планирования внедрения принципов экономики замкнутого цикла.

На сегодняшний день отрасль обращения с отходами в Республике Беларусь находится на стадии формирования. Основным нормативным документом, регламентирующим и регулирующим все этапы обращения с отходами, является Закон Республики Беларусь «Об обращении с отходами» от 20 июля 2007 г. № 271-3 [3], который определяет правовые основы обращения с отходами, устанавливает порядок сбора, удаления твердых коммунальных отходов (ТКО) и отходов производства. Согласно Закону (статья 17 п. 2) жители обязаны осуществлять раздельный сбор ТКО, если для этого созданы соответствующие условия, например, расставлены специальные контейнеры для разных видов вторичных материальных ресурсов, организованы приемные пункты заготовки вторичных ресурсов. В свою очередь, коммунальные службы, обслуживающие дома, обязаны создать условия для выполнения жителями, установленных Законом обязанностей. Перечень коммунальных отходов утвержден Постановлением Министерства жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь от 26 декабря 2019 г. № 31 [4].

В нашей стране можно выделить три основных источника отходов: отходы домохозяйств (твердые бытовые), отходы производства (предприятия и организации) и сточные воды. Организацию, сбор, обезвреживание или использования отходов, образующихся после утраты потребительских свойств товаров координирует министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды, а реализовывает министерство жилищно-коммунального хозяйства.

¹ Отходы производства – отходы, образующиеся в процессе осуществления юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями экономической деятельности (производство продукции, энергии, выполнения работ, оказания услуг); побочные и сопутствующие продукты добычи и обогащения полезных ископаемых [3].

² Отходы потребления – отходы, образующиеся в процессе жизнедеятельности человека, не связанные с осуществлением экономической деятельности; отходы, образующиеся в потребительских кооперативах и садоводческих товариществах, а так же смет, образующийся на территориях общего пользования [3].

Современное управление отходами предусматривает предотвращение их образования и минимизацию потока, которое в Беларуси пока еще не получило полномасштабного практического развития. Об этом свидетельствует продолжающийся рост объемов отходов потребления, соответствующий росту благосостояния населения и увеличивающийся объем отходов производства, соответствующий темпам роста промышленности. Динамику количественного образования отходов потребления и отходов производства позволяют отследить статистические данные. За последние 8 лет ежегодная масса ТКО увеличилась на 57 000 т, одновременно с этим – ежегодная масса отходов производства выросла на 19 990 000 т, то есть практически на 50 процентов [5].

Современная ресурсоэффективная экономика так же предполагает использование информационных и компьютерных технологий во всех отраслях народного хозяйства для оптимизации трудовых и энергетических ресурсов. Судя по показателям уровня технологического развития экономики Республики Беларусь, количество абонентов, имеющих доступ к сети Интернет в 2015 году насчитывало около 10 300 100 единиц и, продолжая свой рост, к 2019 году уже достигло более 12 792 000 единиц, что составляет 136 % от населения страны [6]. На данный момент информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) постепенно проникают в такие отрасли национальной экономики как образование (электронная система управления обучением – Google Workspace, Moodle), здравоохранение, энергетика, жилищно-коммунальное хозяйство (система дистанционного учета коммунальных услуг с помощью современных индивидуальных счетчиков тепла, электроэнергии и др. с передачей данных по GPRS-каналу Ethernet), бизнес, торговля, банкинг, страхование, транспорт и другие. Следует отметить, что важным составляющим при цифровой трансформации является обеспечение информационной безопасности, предупреждение и защита от киберпреступлений.

Анализ временных рядов образования отходов потребления и методы исследования.

Для изучения поведения сложных динамических систем, широко используется подход, основанный на анализе значений данных, принадлежащих этой системе, поэтому анализ систем часто реализуется посредством обработки регистрируемых значений. Изучение поведения динамических систем производится при помощи анализа временных рядов [Ошибка! Источник ссылки не найден.]. Основной целью исследования временных рядов является идентификация модели для дальнейшей экстраполяции на ее основе, т.е. предсказывание будущих значений для улучшения управления существующим производством и визуализации возможной перспективы поведения динамической системы.

По представленным данным содержащим информацию о массе, указанной в тоннах, поступивших на Брестский мусороперерабатывающий завод твердых коммунальных отходов от организаций и населения города Бреста за отрезок времени с 2014 по 2019 годы, был проведен предварительный графический анализ временных рядов (по осям абсцисс отмечены месяцы и соответствующий год, по осям ординат – числовое значение образования ТКО). Анализ показал, что ежегодно тенденции по образованию отходов потребления повторяются и прослеживаются две сезонные составляющие, содержащие локальные максимумы отходов потребления и производства, которые приходятся на весенние месяцы и на третий квартал года (рис. 1).

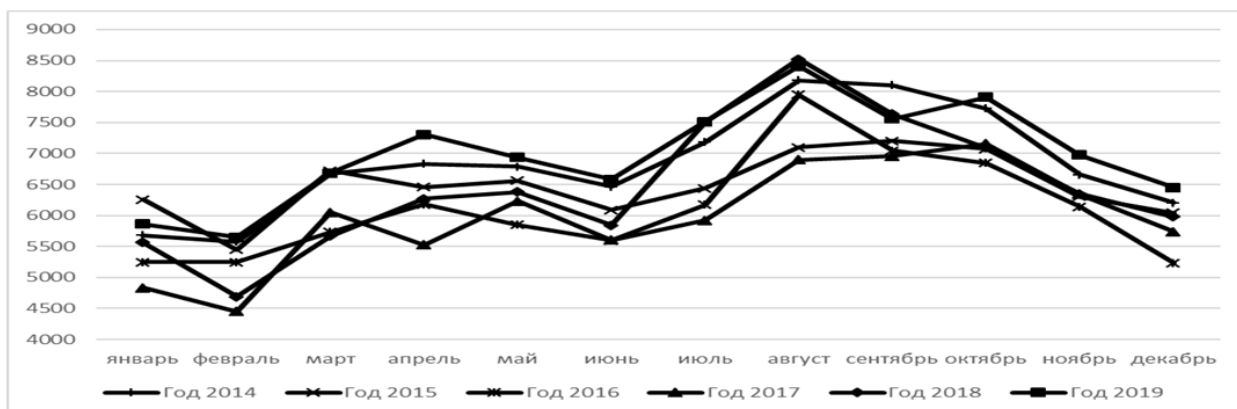


Рисунок 1 – Образование ТКО в г. Бресте по месяцам за 2014-2019 годы, т

Для экстраполяции данных временные ряды были объединены в один числовой ряд с количеством уровней вложения, равным 72. Построенный график по временному ряду имеет явную периодичность (рис. 2), которая является важной характеристикой, позволяющая в дальнейшем упростить поиск наилучшей модели. В результате использования аналитического метода спектрального анализа Фурье получено значение периода для данных экспериментальных данных – 12 уровней, совпадающее с количеством месяцев в календарном году.

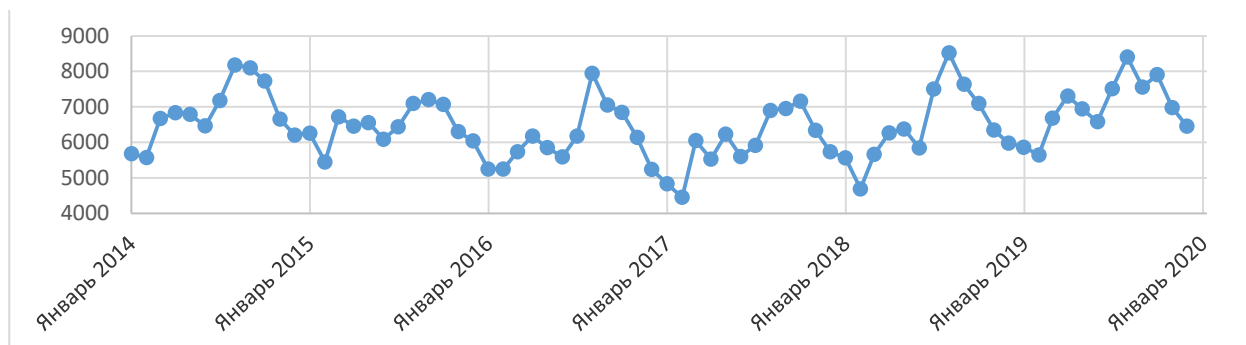


Рисунок 2 – Поступления ТКО от населения за 2014-2019 гг. Брест, т

Для экстраполяции количественных показателей объекта исследования был использован метод скользящей средней (Moving Average, MA) – наиболее эффективен при выполнении среднесрочных прогнозов на несколько периодов вперед [0]. Применяя данный метод можно игнорировать случайные компоненты и получить значения, соответствующие влиянию главных факторов. Уравнение расчета значений методом скользящей средней имеет вид:

$$Y_{t+1} = m_{t-1} + \frac{1}{n} \cdot (Y_t - Y_{t-1}), \quad (1)$$

где t – период предшествующий прогнозируемому; $t+1$ – прогнозный период; Y_{t+1} – прогнозируемый показатель; m_{t-1} – скользящая средняя; n – число уровней, входящих в интервал сглаживания; Y_t – фактическое значение исследуемого показателя за период, предшествующий прогнозируемому; Y_{t-1} – фактическое значение исследуемого показателя за два периода, предшествующий прогнозируемому.

При оценке качества модели рассчитывается средняя относительная ошибка по следующей формуле:

$$\varepsilon = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n \left[\frac{|y_{\phi} - y_p|}{y_{\phi}} \cdot 100 \right]. \quad (2)$$

Прогнозные оценки количественных показателей образования отходов потребления.

В результате расчета по фактическим и прогнозным значениям, полученным при помощи модели скользящей средней, где каждое значение предсказанного ряда строится по предыдущим значениям трёх периодов исходного ряда, для временного ряда с 2017 по 2019 года средняя относительная ошибка составила 12,34 %. В дальнейшем для экстраполяции и построения проекции каждое значение предсказанного временного ряда строится по предсказанным значениям этого же временного ряда.

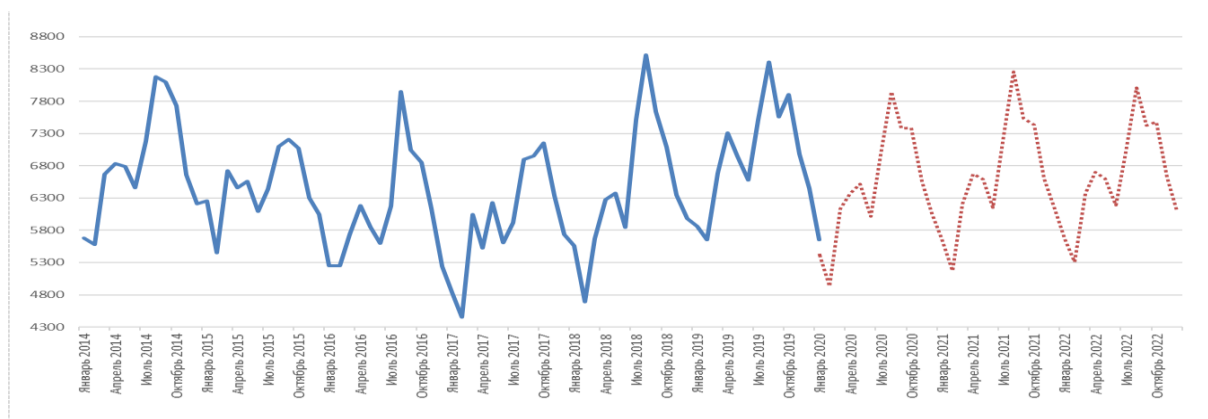


Рисунок 3 – Проекция образования ТКО по г. Бресту, на период 2020-2022 годы, т

При помощи полученной экспериментальной модели временной ряд был спрогнозирован на 3 периода до 2022 года. Установлено, что прогнозируемый ежемесячный объем образования твердых коммунальных отходов по городу Бресту может составить более 6,5 тыс. тонн каждый месяц или 216 тонн ежедневно. Анализ возможного образования отходов потребления по полученным прогнозируемым значениям показал, что прослеживается четкая тенденция к увеличению массы отходов потребления в начале года, в весенние месяцы, а также в октябре.

Заключение. Планирование применения принципов экономики замкнутого цикла предполагает получение информации о количестве и происхождении отходов, а также будущей эволюции потоков отходов. В данной статье изучена текущая ситуация по республике в сфере управления отходами; на основе сведений образования отходов потребления по городу Бресту выполнено исследование годовой динамики и выполнен среднесрочный прогноз до 2022 года. Построенная модель адекватно отражает тренд и сезонность временного ряда. Значение ошибки прогноза можно уменьшить путем увеличения длины исходного временного ряда, переходом анализа от месячной дискретности к временным отрезкам по дням, учетом дополнительных факторов, влияющих на количество образования отходов производства, т.к. данная информация позволяет задействовать более сложные и точные инструменты прогнозирования.

Обобщая вышесказанное следует – для того, что бы идти в ногу с мировым развитием на государственном уровне, необходимо разрабатывать программу для сокращения объемов образования отходов, повторного использования, а также эффективного использования отходов в качестве вторичного сырья; развивать цифровые технологии; уже сегодня необходимо создавать новые учебные программы в области ресурсоэффективного циклического производства и готовить кадры, а также активно объяснять преимущества принципов экономики замкнутого цикла и устойчивого развития на всех уровнях образовательного процесса.

Литература

1. Indicators to Measure Decoupling of Environmental Pressure from Economic Growth / Organization for Economic Cooperation and Development, 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=sg/sd\(2002\)1/final](http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=sg/sd(2002)1/final). – Дата доступа : 19.11.2020.
2. Сегрегация отходов как составляющая модели циркулярной экономики // Управление информационными ресурсами : материалы XV Международной научно-практической конференции, Минск, 7 декабря 2018 г. / Академия управления при Президенте Республики Беларусь ; редкол.: Н.Н. Бондаренко [и др.]. – Минск, 2018. – С. 286–288.
3. Об обращении с отходами: Закон Респ. Беларусь, 20 июля 2007 г., №271-3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.pravo.by/document/?guid=2012 &oldDoc=2007-183/2007-183\(008-046\).pdf&oldDocPage=1](https://www.pravo.by/document/?guid=2012 &oldDoc=2007-183/2007-183(008-046).pdf&oldDocPage=1). – Дата доступа: 19.11.2020.
4. Об установлении перечня отходов, относящихся к коммунальным отходам : Постановление Министерства жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь, 26 декабря 2019 г. № 31 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://pravo.by/upload/-docs/op/W22035009_1579294800.pdf – Дата доступа: 19.11.2020
5. Охрана окружающей среды в Республике Беларусь/ Нац. стат. комитет Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2019. – 169 с.
6. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь/ Нац. стат. комитет Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2020. – 124 с.
7. Паклин, Н. Б. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям / Н.Б. Паклин, В. И. Орешков. – СПб.: Изд. Питер, 2013. – 704 с.
8. Елисеева, И.И. Статистика: учебник / И.И. Елисеева. – Москва: Проспект , 2013. – 448 с.

В.М. Ливенский

Полесский государственный университет, г. Пинск, Республика Беларусь

V.M. Livensky

Ph.D., Associate Professor, Department of Financial Management
Polessky State University, Pinsk, Belarus

**«КРАХ АМЕРИКАНСКОЙ СИСТЕМЫ КАПИТАЛИЗМА:
НАСТУПЛЕНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ «ЭПОХИ БЕСПОРЯДКА»**

**THE COLLAPSE OF THE AMERICAN SYSTEM OF CAPITALISM:
COMING OF A GLOBAL "AGE OF DISORDERS"**

Аннотация. В статье обосновано утверждение, что очередной глобальный кризис начнётся в 2020 году. Но более интересно нам сейчас понять, а что будет дальше.?

Ключевые слова: глобальный и структурный кризис, эмиссия, национальные интересы, санкции, изоляционизм.

Annotation: The article substantiates the assertion that the next global crisis will begin in 2020. But it is more interesting for us now to understand what will happen next.

Key words: global and structural crisis, emission, national interests, sanctions, isolationism.

Сегодня ряд ведущих экспертов, в том числе и в самих США, уже проводят параллели между текущей ситуацией и периодами перед двумя мировыми войнами. Тем более, что в американской истории уже были примеры не только торговых войн с применением санкций, импортных пошлин, пересмотра существующих соглашений и договоров [1].

И хотя, как известно, исторические процессы никогда не повторяются с абсолютной точностью, тем не менее, уже очевидно, что эпоха глобализации, длившаяся с 1980-х годов, подходит к концу и на смену ей приходит «эпоха беспорядка». В 2020 году, и мы с вами уже стали свидетелями этого, наступает новая эпоха в истории человечества, которую будет определять понятие «беспорядка».

«Беспорядок» будет определять новую эпоху в течение десятилетия или чуть больше. Теперь всякий беспорядок является плохим. Здесь мы должны подчеркнуть, что наступление нового времени не следует воспринимать как причину отказываться от покупки финансовых активов, поскольку новая эпоха принесёт масштабные интервенции монетарных властей и ликвидность. Но если предыдущая эпоха глобализации ассоциировалась с рекордным совокупным ростом цен на активы, то «эпоха беспорядка» несёт угрозу текущим глобальным оценкам активов, особенно в реальном выражении [2].

Особо отметим, что по нашему мнению, «эпоха беспорядка» будет характеризоваться, по меньшей мере, восемью проблемными направлениями:

- ухудшением отношений США и Китая по мере усиления экономического веса Пекина;
- моментом истины для Европы: пандемия COVID-19 придала новый импульс интеграционным процессам, но есть вероятность, что Европа останется в состоянии экономической стагнации с перспективой политической фрагментации;
- дальнейшим увеличением долгов и распространением политики «вертолётных денег» в качестве монетарного мейнстрима;
- вероятным ростом инфляции вследствие фискально-монетарной экспансии;
- усилением экономического неравенства на первых порах постковидной эпохи, но в дальнейшем развороте этого тренда:
 - государства начнут взимать больше налогов с богатых;
 - ужесточением конкуренции между поколениями: миллениалы и более молодые люди к 2030 году догонят старшие поколения по численности, что позволит им определять результаты последующих демократических выборов;
 - рост глобальной озабоченности вопросами климата;
 - новая технологическая революция.

После того как мы перечислили все составляющие этой эпохи, давайте всё же попробуем ещё выделить и главные моменты.

Китай может обогнать США по размеру номинального ВВП к концу 2030-х годов. По мере сокращения разрыва между экономиками будут усиливаться опасения по поводу так называемой ловушки Фукидида (*термин, означающий риск военного конфликта между двумя конкурирующими державами, когда одна догоняет другую по экономической мощи*). Например, в Deutsche Bank отмечают, что за последние 500 лет возникало 16 таких ситуаций и в 12 случаях это приводило к войне. В наши дни военный конфликт крайне маловероятен, но вместо этого более вероятна экономическая война [3].

Противостояние США и Китая, которое будет набирать обороты независимо от исхода президентских выборов в Америке, будет напоминать холодную войну СССР и США. Проявлениями экономического конфликта будут дополнительные тарифы, санкции, блокировки активов, запреты на трансфер технологий. Это обязательно приведёт к формированию страновых блоков: одного во главе с Китаем, другого во главе с США. Страны Юго-Восточной Азии войдут в орбиту Китая, но Япония, Южная Корея и Австралия, вероятно, окажутся в американском лагере. Китай, Россия, Евросоюз и Турция будут соперничать за влияние на Ближнем Востоке и в Африке.

На второе место мы поставим проблему больших долгов. Уже видно, что на самом начальном этапе экономического кризиса 2020 г. сформировалась рекордная для США долговая пирамида, по своим относительным размерам соответствующая «дну» Великой депрессии [4]. Государственный долг, по состоянию на лето 2020 года, достиг 26,6 трлн долларов, или 136 % ВВП (*самого большого значения этого показателя за всю историю американских федеральных финансов*). В целом, если суммировать долговые обязательства государственного, корпоративного и финансового секторов, сектора домашнего хозяйства и ряда других сфер экономической деятельности, то соотношение их валового долга и ВВП в настоящее время составляет уже 361 % (!) [5].

Не из-за этого ли в октябре 2020 года евро занял первое место в мире по доле в глобальных платежах. В октябре месяце 37,82 % финансовых сообщений, прошедших через SWIFT (*по денежной стоимости транзакций*), соответствовало платежам в евро. Доллар немного отстал с 37,64 % глобальных платежей. На третьем месте с огромным отрывом находится британский фунт – 6,92 %. Таким образом, использование доллара сократилось на 4,6 п.п. с конца 2019 года, а пик американской валюты в международных платежах приходился на апрель 2015 года – 45,3 %, отмечает Bloomberg [6].

На фоне растущей задолженности глобальные ставки заимствований пока находятся на приемлемом уровне только благодаря интервенциям центробанков, которые искажают свободный рынок. В будущем мы увидим больше кризисов, больше беспорядка и ещё больше эмиссии денег центробанками. Переход к политике «вертолётных денег», подразумевающей вливания ликвидности не только в финансовый сектор, но и в широкую экономику (*домохозяйства и реальный сектор*), что вероятнее всего, приведёт к ускорению инфляции.

На третье место мы поставим проблемы в экономике всвязи с COVID-19. В постковидном мире экономическое неравенство между людьми поначалу усилится, но затем правительства, вероятно, начнут повышать налоги для состоятельных граждан и корпораций. Здесь особо отметим, что с неравенством тесно связана и тема конкуренции возрастных поколений. По оценке Deutsche Bank, после 2030 года численность избирателей, относящихся к миллениалам и более молодым поколениям в странах G7 станет больше численности избирателей из поколений, родившихся раньше 1980 года. Новый расклад начнёт менять результаты политических выборов и, соответственно, политику. Например, более молодые избиратели в основном голосовали против Дональда Трампа и Brexit в 2016 году. Молодые поколения также обеспокоены вопросами изменения климата. Поэтому ещё в текущем десятилетии в мире, вероятно, будет введён углеродный налог. Сейчас его обсуждает Еврокомиссия: предполагается, что европейские импортёры стали, алюминия и других продуктов с высоким углеродным следом будут вынуждены покупать углеродные единицы – фактически эквивалент импортных пошлин.

Наконец, сегодняшние заоблачные оценки стоимости технологических компаний либо окажутся обоснованными, что приведёт к технологическим прорывам, либо будут означать

повторение «пузыря доткомов», разорвавшегося в 2000 году. Но в любом случае технологическая гонка ведущих держав видится неизбежной. Хотя США остаются мировым технологическим лидером, Китай приближается к ним по расходам на исследования и разработки по паритету покупательной способности. Поэтому США и Китай, вероятно, продолжают и дальше внедрять конкурирующие технологические стандарты.

Совокупность всех перечисленных факторов приводит всех нас к выводу о том, что экономический кризис, начавшийся в 2020 году, растянется, как минимум, на первую половину третьего десятилетия, и даже в случае выхода на траекторию устойчивого развития американской экономики во второй половине десятилетия, так и не удастся выйти на докризисный показатель ВВП. Эти оценки наглядно суммированы на рисунке 1.

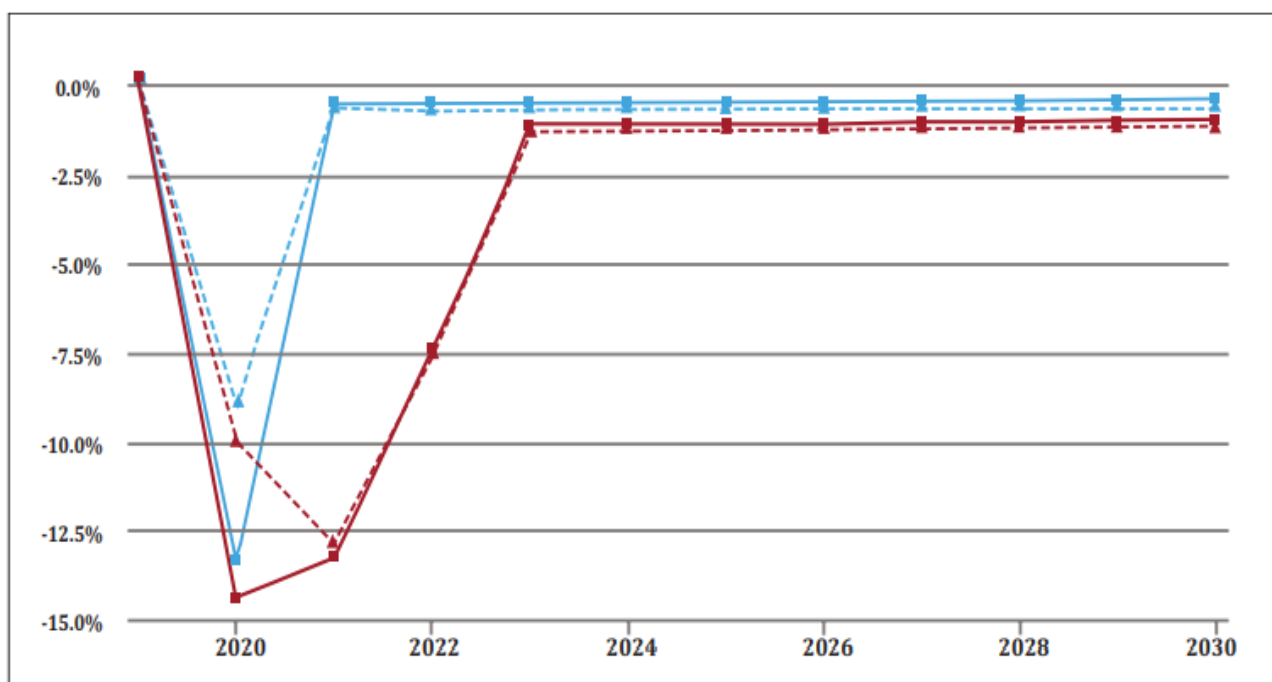


Рисунок 1 – Перспективы развития экономики США во второй половине 2020-х годов, в % ВВП

Источник: Прогнозная оценка аналитиков Уортоновской высшей школы финансов (Пенсильванский университет, США) [5]

Таким образом, есть все основания полагать, что экономика США вступила в длительный период социально-экономических трудностей, которые, как и в годы Великой депрессии, приведут к глубоким изменениям не только в американском обществе, затрагивающим и систему политической либеральной демократии во всём мире [7]. Одновременно система международных отношений будет испытывать всё большие стрессы и напряжения, которые также ускорят глубокие структурные изменения в глобальной расстановке мировых политических и экономических центров силы и влияния.

В конечном счёте, в течение ближайших 2-3 лет это приведёт к «регионализации» мировой экономической системы и окончанию текущего цикла глобализации. А в ближайшее десятилетие людям нужно учиться жить в новой реальности, где будет высокая степень конкуренции и неопределённости. То же самое касается и бизнеса [8]. Но, как нам известно, любой кризис – это новые для всех нас и возможности.

Литература:

1. Kievich, A.V. DE-DOLLARIZATION OF THE WORLD ECONOMY AS THE FACTOR OF THE AGGRESSIVE POLITICS OF THE USA/ A.V. Kievich // Банковская система: устойчивость и перспективы развития: Сборник научных статей девятой международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики. – 2018. – С. 58-62.

2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business /2020/04/14/-13048603.shtml>. – Дата доступа: 14.11.2020 г.
3. Киевич, А.В. Неуправляемый рост госдолга США как главный индикатор надвигающегося глобального кризиса / А.В. Киевич // Экономические науки. – 2017. – № 152. – С. 43-46.
4. Киевич, А.В. РАСПРОДАЖА ДОЛГОВОГО РЫНКА КАК ОЖИДАНИЕ НИСХОДЯЩЕГО ТРЕНДА ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ / А.В. Киевич, В.С. Кивачук, Н.П. Четырбок // Экономические науки. – 2018. – № 159. – С. 61-66.
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/-5c62e2c8ae6f0200adeabb4/ssh-a-velikaia-depressiia-20-5f9fec7d1f9f73799263b296>. – Дата доступа: 10.11.2020 г.
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Доступно на: https://www.rbc.ru/economics/19/11/2020/5fb6295d9a79478150a4b031?from=from_main_6.- Дата доступа: 19.11.2020 г.
7. Kieвич, A.V. GREAT DEPRESSION NO. 2 AS A REASON FOR ESCALATION OF GEOPOLITICS AND A NEW REVISION OF THE WORLD / A.V. Kieвич // Сборник трудов XIV международной научно-практической конференции / Редкол: Шебеко К.К. [и др.]. – 2020. – С. 206-207.
8. Ливенский, В.М. КРАХ АМЕРИКАНСКОЙ СИСТЕМЫ КАПИТАЛИЗМА / В.М. Ливенский // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов XIV международной научно-практической конференции. Редкол: Шебеко К.К. [и др.]. – 2020. – С. 210-212.

Р.Н. Лысюк

УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

R.N. Lysiuk

Brest state technical University
Brest, Republic of Belarus

«ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА: ПРИНЦИПЫ, ИНСТРУМЕНТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

«GREEN» ECONOMY: PRINCIPLES, INSTRUMENTS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

В статье рассматриваются модель «зеленой» экономики и концепция устойчивого развития. В статье представлены основные рейтинги экологичности экономик стран мира. Описаны основные проблемы развития зеленой экономики. Рассмотрены основные экологические функции лесного комплекса. Проанализированы основные принципы зеленой экономики.

The article deals with the green economy model and the concept of sustainable development. The article presents the main ratings of environmentally friendly countries. The main problems of development of the green economy are described. The basic ecological functions of the forest complex are considered. The major principles of the green economy are analyzed.

Устойчивое развитие является стратегией перехода от индустриального к постиндустриальному обществу. Под понятием «устойчивое развитие» понимают развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [1, с. 50]. В 1992 году была зафиксирована предпосылка создания концепции устойчивого развития в преамбуле итогового документа конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро на уровне глав государств и правительств.

Международная концепция устойчивого развития базируется на триединстве экономической, экологической и социальной составляющих. Под экономической составляющей понимается «оптимальное использование ограниченных ресурсов и использование экологических – природо-, энерго-, и материало-сберегающих технологий, включая добычу и переработку сырья, создание экологически приемлемой продукции, минимизацию, переработку и уничтожение отходов». Социальная составляющая направлена на «сохранение стабильности социальных и культурных систем, в том числе, на сокращение числа разрушительных конфликтов между людьми». Экологическая составляющая основана на обеспечении целостности биологических и физических природных систем.

На текущий момент материальная функция природных ресурсов является доминирующей. Так, например, только из древесины производят более 30 000 видов продукции, а потребление данного ресурса в мире ежегодно только растет. Экономические функции лесных ресурсов выходят за рамки лесного комплекса, поскольку древесина является сырьевой базой для строительной, топливно-энергетической, химической и пищевой промышленности; базой для развития туризма и отдыха; источником лекарственного сырья и кормом для животных. Также лесные ресурсы являются фактором неизменной окружающей жизнеобеспечивающей среды, к экологическим функциям которых относят: почвозащитную, климаторегулирующую, водоохранную и водорегулирующую, санитарно-гигиеническую и рекреационную.

Однако, непрерывная экспансия биосферы стала причиной глобальных изменений в окружающей среде. В соответствии с проведенными исследованиями, человечество в настоящее время использует природный капитал в 1,7 раза быстрее, чем экосистемы способны восстановиться. Следовательно, ухудшение качества окружающей среды, экологические угрозы и изменения климата предопределили формирование и разработку экологической политики, которая определяет планомерное социально-экономическое развитие стран на условиях сохранения их природного потенциала.

Существующие рейтинги экологичности экономик стран мира отражают состояние природных ресурсов на исследуемой территории. Рейтинг самых экологически чистых стран мира, составляемый Центром экологической политики и права при Йельском университете (Yale Center for Environmental Law and Policy), измеряет состояния экологии и управления природными ресурсами страны на основе 22 показателей в 10 категориях. Данные категории отражают жизнеспособность экологических систем и различные аспекты состояния окружающей среды, уровень сохранения биологического разнообразия, состояние здоровья населения, противодействие изменению климата, практику экономической деятельности и степень ее нагрузки на окружающую среду и эффективность государственной политики в области экологии.

Глобальный индекс «зеленой» экономики (GGEI) проводит оценку в соответствии с 20 базовыми показателями по 4 группам критериев «зеленой» экономики (лидерство и изменение климата, эффективность, рынки и инвестиции, окружающая среда) и охватывает более 120 стран. Именно в четвертой группе оценивается состояние окружающей среды и природного капитала по индикаторам: сельское хозяйство, биоразнообразие, качество воды и воздуха, рыбные ресурсы и лесное хозяйство. Экологический след (Ecological footprint) – это интегральный экологический индикатор, рассчитываемый международно-исследовательским институтом GFN, который широко применяется в различных сравнительных и аналитических обзорах. Позволяет проводить сравнение государств/регионов относительно их производственного потенциала и ассимиляционных возможностей территории, а также позволяет сделать вывод о резервных возможностях либо о дефицитном состоянии природной среды. В мире экологический долг проявляется посредством обезлесения, дефицита пресной воды, эрозии почв, учащения засух, утраты биоразнообразия и накопления углекислого газа в атмосфере. Данный экологический индекс отражает использование природных ресурсов и степень их воздействия на состояние окружающей среды.

«Зеленая» экономика не подменяет концепцию устойчивого развития, а является отражением ее эволюции, т.е. моделью экономического развития, базирующейся на ее основе. В соответствии с определением ЮНЕП «зеленая» экономика – это экономика, которая повышает благосостояние людей, обеспечивает социальную справедливость и при

этом существенно снижает риски деградации и обеднения окружающей среды. На текущий момент многостраны в основу своего экономического развития закладывают принципы зеленой экономики, к которым относятся:

- 1) справедливость и объективность;
- 2) согласованность с принципами устойчивого развития;
- 3) превентивный подход к социальным воздействиям и воздействиям на окружающую среду;
- 4) оценка природного и социального капитала;
- 5) устойчивое и эффективное использование ресурсов, потребление и производство;
- 6) потребность в достижении существующих макроэкономических целей посредством создания «зеленых» рабочих мест, искоренения нищеты, повышения конкурентоспособности и роста в ключевых секторах [2, с.63].

Как правило, к инструментам зеленой экономики относят:

1) Органическое сельское хозяйство, под которым понимают определенную систему производства, которая способствует оздоровлению экосистем и почв.

2) Энергоэффективность. Подразумевает рациональное использование энергетических ресурсов.

3) Экоинновации, т.е. инновационные процессы такие, как переработка отходов, их повторное использование, а также развитие производств по выпуску инновационной продукции, которая способствует снижению отрицательного воздействия на окружающую среду.

4) Экомаркировка. В соответствии с классификацией Международной организации по стандартизации существует три типа экомаркировки. Так, к первому типу относят экомаркировки, которые оценивают весь жизненный цикл товара от добычи товаров до утилизации упаковки. Как правило, данные маркировки присваивают независимые профессиональные организации. Ко второму типу относятся товары, оценка экологичности которых зависит от ответственности производителей. Экомаркировки в данном случае разрабатываются самими производителями и не предполагают строгого контроля жизненного цикла товаров. К третьему типу относятся маркировки, в соответствии с которыми заключение об экологичности товаров составляется в определенной форме и требует соответствующих знаний специалистов. Значков на товарах, прошедших определенную процедуру соответствия, нет.

5) Экодизайн. На всем протяжении жизненного выпуска изделия уделяется внимание защите окружающей среды, соответственно учитываются аспекты его использования и утилизации.

В Республике Беларусь существует ряд программных документов, таких как, Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг., Программа развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года, которые обозначают важность «зеленой» экономики, базирующейся на эффективных технологиях переработки отходов, внедрению инновационных «зеленых» технологий и использования альтернативных и возобновляемых источников энергии. В соответствии с данными программами был разработан Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь до 2020 года.

Мировая практика свидетельствует, что к факторам, препятствующим внедрению «зеленых» технологий, относят: длительность разработки и неопределенность результатов от их внедрения, дефицит квалифицированных кадров и исследователей, неготовность людей к переменам [3, с.72]. Однако для реализации принципов «зеленой» экономики в Республике Беларусь, кроме отмеченных выше условий, необходимо отметить содействие внедрению наилучших технологий в государственных компаниях, учреждение «экспертных центров» (использование высококвалифицированного, научно-исследовательского потенциала), содействие развитию предприятий малого и среднего бизнеса, которые оказывают важную роль в экоинновационном предпринимательстве [2, с.68].

В соответствии с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года, стратегической целью в области

обеспечения экологической безопасности и благоприятной окружающей среды является сохранение локальных и региональных экосистем для нынешнего и будущего поколений, защита населения от вредных воздействий чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера. В этой связи приоритетными направлениями государственной политики являются: формирование нормативно-правовой базы по обеспечению экологической безопасности; нормирование величины нагрузок на окружающую среду; стимулирование внедрения различных ресурсосберегающих технологий в разрезе предупреждающей экологической политики; совершенствование технологий по восстановлению нарушенных экосистем и др.

Концепция «зеленой» экономики предполагает разработку и внедрение технологий и оборудования, способствующих снижению выбросов загрязняющих веществ в окружающую среду, мониторинг климатических изменений, а также развитие новых технологий в части ресурсо- и энергосбережения. К условиям перехода к «зеленой» экономике относятся:

- ✓ создание законодательной базы для перехода;
- ✓ внедрение концепции «зеленой» экономики на государственном уровне – на уровне государственной политики и государственные стратегии;
- ✓ инвестиции в области и народнохозяйственные комплексы, являющиеся ключевыми для «зеленой» экономики (энергетика, сельское хозяйство, строительство, лесоводство, туризм, транспорт, утилизация отходов и др.);
- ✓ снижение налоговых льгот для стимулирования притока «зеленых» инвестиций и создания инновационных продуктов;
- ✓ инвестирование в образование и науку.

Как правило, основной целью стратегий экономического развития является быстрое накопление финансового и физического капитала, в ходе реализации которых происходит разрушение естественных экосистем, что пагубно сказывается на благополучии живущих и будущих поколений. В основу «зеленой» экономики заложены не только основы рационального использования природных ресурсов и снижения уровня загрязнения окружающей среды, но и рост доходов и занятости населения.

Литература

1. Наше общее будущее. Докл. Междунар. комис. по окружающей среде и развитию (МКОСР). – М. : Прогресс, 1989. – 376 с.
2. Шимова, О.С. Устойчивое развитие / О.С. Шимова. – Минск : БГЭУ, 2017. – 395 с.
3. Хоробрых, Э.В. Экология и конкурентоспособность экономики регионов / Э.В. Хоробрых [и др.]. – Минск : Нац. Акад. Наук Беларуси, Ин-т экономики, Белоруская навука, 2018. – 212с.

О.Е. Макарук, В.В. Зазерская

Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Республика Беларусь

O.E. Makaruk, V.V. Zazerskaya

Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИНДУСТРИИ 4.0 В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

DEVELOPMENT OF INDUSTRY 4.0 TECHNOLOGIES IN THE BREST REGION

В статье рассмотрены вопросы внедрения принципиально новых технологий индустрии 4.0 для стимулирования инклюзивного и устойчивого промышленного развития в Брестской области.

The article discusses the issues of introducing fundamentally new technologies of industry 4.0 to stimulate inclusive and sustainable industrial development in the Brest region.

Термин «Индустрия 4.0» уже прочно вошел в лексикон экономистов как теоретиков, так и практиков. Четвертая промышленная революция, или Индустрия 4.0, – переход на полностью автоматизированное цифровое производство, управляемое интеллектуальными системами в режиме реального времени в постоянном взаимодействии с внешней средой, выходящее за границы единичного предприятия, с перспективой объединения в глобальную промышленную сеть вещей и услуг [1]. Под «4.0» имеется в виду то, что потенциальное революционное влияние этой тенденции представляет собой непосредственное продолжение трех предыдущих промышленных революций на основе совмещения промышленного производства, цифровых технологий и Интернета.

Цифровая трансформация в Индустрии 4.0 предполагает внедрение принципиально новых видов технологий, меняющих привычные бизнес-модели. Совокупность технологий, представляющих собой распределенную систему, управляемую или контролируруемую компьютерными алгоритмами, тесно интегрированную с Интернетом, формирует кибер-физические системы. Они объединяют информацию от интеллектуальных датчиков, распределенных в физической среде, для лучшего понимания среды и выполнения более точных действий, т.е. данные технологии представляют собой распределенные системы с возможностью интеллектуальной обработки и реконфигурации потоков за счет интеллектуального управления [2].

Расширение применения кибер-физических систем в промышленных предприятиях позволило сформулировать основные принципы построения Индустрии 4.0 [1,3]:

1. Совместимость. Предполагает способность машин, устройств, сенсоров и людей взаимодействовать и общаться друг с другом посредством интернета вещей (IoT). IoT в промышленности сегодня является необходимым стандартом для большинства аппаратных средств и программного обеспечения. Роботы становятся мобильными и интегрированными с другими устройствами и вариантами использования такими, как автомобили с автономным управлением (мобильные роботы для совместной работы), машинное зрение для идентификации деталей и аддитивное производство (специальные захваты в промышленных роботизированных станках).

2. Прозрачность, которая появляется в результате такого взаимодействия. В виртуальном мире создается цифровая копия реальных объектов, систем (Digital Twin), которая точно повторяет все, что происходит с ее физическим прообразом. В результате накапливается максимально полная информация обо всех процессах, которые происходят с оборудованием, «умными» продуктами, производством в целом и т.п. Для этого требуется обеспечить возможность сбора всех этих данных с сенсоров и датчиков и учета контекста, в котором они генерируются.

3. Поддержка принятия решений. Компьютерные системы помогают принимать решения на основе сбора, анализа и визуализации всей доступной информации. Эта поддержка также может заключаться в полном замещении людей машинами при выполнении опасных или рутинных операций.

4. Децентрализация управленческих решений. Автоматизация должна быть настолько полной, насколько это вообще возможно.

Применение цифровых и конвергентных технологий для разработки интеллектуальных, автономных и децентрализованных предприятий и интегрированных продуктов и услуг приводит к умным продуктам, предприятиям, умному производству и умной промышленности. Физические активы объединены и контролируются информационными сетями. Результатами внедрения технологий Индустрии 4.0 являются:

– оптимизация производственных процессов с помощью проактивного мониторинга за работоспособностью оборудования, а также автоматизации управления режимами работы и загрузкой производственных мощностей;

– эффективный мониторинг и управление активами за счет использования мобильных датчиков, обеспечивающих контроль состояния и местоположение машин;

– повышение эффективности управления запасами за счет использования беспилотных погрузчиков, автоматизации контроля качества, контроля уровня запасов и условий окружающей среды в складских помещениях;

– улучшение безопасности производства за счет использования датчиков инструмента и спецодежды, видео-мониторинга и контроля окружающей среды.

Элементы концепции «Индустрии 4.0» – технологические и организационные решения, включая промышленный интернет, технологии искусственного интеллекта, аддитивные технологии (3D-принтинг), промышленную робототехнику, объединенные в кибер-физическую систему (рисунок 1).

Подключенные элементы	
<p><i>Производственная линия</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализ состояния оборудования; – управляющие контроллеры; – мониторинг работоспособности; – предупредительное обслуживание 	<p><i>Местоположение и состояние</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – датчики местоположения объекта; – датчики состояния машины; – вентиляция и кондиционирование; – контроль влажности; – датчики мощности машины
<p><i>Управление запасами</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – автоматизация распределения продукции и материалов на складах; – автоматизация контроля качества; – «умные полки»; – автоматизация и управление температурой и влажностью; – датчики температуры в водопроводных трубах 	<p><i>Мониторинг сотрудников</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – бесконтактные датчики; – видеонаблюдение и аналитика; – контроль состояния окружающей среды.

Рисунок 1 – Варианты применения технологий «Индустрии 4.0» на предприятии
Источник: составлено на основе [3,4]

Горизонтальные и вертикальные интеграции создают петли обратной связи, где машины и люди применяют обширный анализ данных, сквозную оцифровку процессов и бережливое управление для выявления новых возможностей для совершенствования.

Цифровое взаимодействие становится необходимостью современной жизни и бизнеса, что ведет к сотрудничеству, созданию сетей, производительности и инновациям. Чтобы сократить разрыв между спросом и предложением на технологии, производственные навыки, необходимо задействовать частный сектор и государственно-частное партнерство в обеспечении современной инфраструктуры и формировании профессиональных навыков.

В Республике Беларусь в марте 2016 г. утверждена Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 гг. [5]. Несмотря на то, что в цель программы входит формирование цифровой экономики, развитие информационного общества и совершенствование электронного правительства, на низком уровне остается цифровизация производственных предприятий. Если за рубежом уже сформировалась тенденция перехода от отдельных решений к единым системам управления знаниями, технологиями и компетенциями, то в Беларуси концепция освоения Индустрии 4.0 еще только обсуждается.

На сегодняшний день белорусские промышленные предприятия все еще решают проблемы, связанные с созданием базовых условий для индустрии 4.0, зачастую ошибочно полагая, что Индустрия 4.0 ограничивается цифровизацией или полной автоматизацией. Основанные на аппаратном и программном обеспечении цифровые технологии сами по себе не являются новшеством, но объединяясь в глобальные сети, постоянно совершенствуясь, интегрируясь все в новые и новые сферы человеческой жизни, они неуклонно трансформируют глобальную экономику, уходя все дальше от уровня третьей промышленной революции.

В Брестской области активно ведется работа по продвижению технологий Индустрии 4.0. Совет Министров постановлением от 30 октября 2020 г. № 623 одобрил проект международной технической помощи «Стимулирование потенциала технологий четвертой

промышленной революции для инклюзивного и устойчивого промышленного развития в Беларуси» – уникальный проект, который будет реализован Министерством экономики совместно с ООН по промышленному развитию (UNIDO) на базе Брестского научно-технологического парка. Создание Брестского демонстрационного и инновационного центра по технологиям Индустрии 4.0 будет содействовать технологическому обучению умному производству и инновациям для малых и средних предприятий, продвигая эффективное взаимодействие между органами управления национального и регионального уровней, промышленностью и научными кругами, стимулирующим развитие региональных инновационных систем и бизнес экосистем.

Финансирование проекта осуществляется Российской Федерацией в размере 1 млн долл. США. Проект поддержит создание демонстрационно-инновационного центра на базе Научно-инновационного учреждения «Умный Брест», ЗАО «Брестский научно-технологический парк» и УО «Брестский государственный технологический университет». Министерство экономики Республики Беларусь и национальные партнеры окажут нефинансовую поддержку организации проекта: предоставление данных; нематериальный вклад со стороны Минэкономики; данные для информационно-пропагандистских материалов и предоставление помещений. Кроме того предполагается работа партнеров по разработке и внедрению учебных программ, организации учебных поездок, конференций и учебных семинаров по наращиванию потенциала, включая инструменты электронного обучения.

Для эффективной работы Брестского демонстрационного и инновационного центра по технологиям Индустрии 4.0 предполагается закупить оборудование: 3D-принтер и сканеры для создания прототипов продуктов и цифровых моделей, роботизированная рука для программных и производственных экспериментов, оборудование для экспериментов с беспилотным вождением, беспилотники, датчики и счетчики для тестирования и пилотирования новых бизнес-моделей и др.

Производственные возможности, необходимые для развертывания и распространения продвинутых цифровых технологий подразумевают объединение новых и существующих технологий в сложные интегрированные системы, требующие существенной инфраструктуры для их использования в производстве. Тем самым Брестский технопарк будет способствовать постепенному переходу Республики Беларусь к Индустрии 4.0 и стимулированию инклюзивного и устойчивого промышленного развития в стране и ЕАЭС.

Результатом реализации проекта МТП «Стимулирование потенциала технологий четвертой промышленной революции для инклюзивного и устойчивого промышленного развития в Беларуси» станет решение таких вопросов промышленных предприятий Брестской области, как

- готовность к эталонному тестированию и готовность к цифровизации региональных цепочек поставок; вопросы гармонизации стандартов взаимодействия;
- устранение барьеров и препятствий для развития региональных цепочек добавленной стоимости;
- содействие созданию региональных инновационных систем и их сетей;
- обеспечение промышленной безопасности;
- гендерные проблемы в эпоху Индустрии 4.0;
- создание базы данных лучших из доступных технологий Индустрии 4.0 и поставщиков технологий Индустрии 4.0 из стран ЕАЭС;
- содействие сотрудничеству в научно-технологических и инновационных парках в ЕАЭС;
- содействие созданию сетей по инновационным инициативам в странах ЕАЭС, таких как Российская Федерация (Фабрики будущего, Ассоциация TECHNET, Кадровые ресурсы для цифровой экономики);
- согласование усилий по реформированию систем ТПО и актуализации образовательных стратегий для Индустрии 4.0;
- сотрудничество в рамках WorldSkills; совместные проекты по продвижению технологий Индустрии 4.0 (цифровые и конвергентные);

– Евразийские академические семинары и конференции по темам, связанным с технологиями Индустрии 4.0;

– фоновые исследования для информирования политики и др.

Таким образом, процесс преобразования для Индустрии 4.0 – это непрерывный путь, включающий множество последовательных шагов, которые нужно делать постепенно.

Литература

1. German standardization roadmap Industrie 4.0 Version 3 / DKE Deutsche Kommission ElektrotechnikElektronik Informationstechnik in DIN und VDE. – Mode of access : <https://www.din.de/blob/65354/57218767bd6da1927b181b9f2a0d5b39/roadmap-i4-0-e-data.pdf> – Date of access : 20.06.2019.

2. Ковалев, М.М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси : моногр. / М.М. Ковалев, Г.Г. Головенчик. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – 327 с.

3. Industry 4.0: Building the digital enterprise, 2016 Global Industry 4.0 Survey // PWC. – Mode of access: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/industries-4.0/landing-page/industry-4.0-building-your-digital-enterprise-april-2016.pdf> – Date of access : 16.11.2020.

4. Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity // McKinsey. – Mode of access: <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/big-data-the-next-frontier-for-innovation> – Date of access : 16.11.2020.

5. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016 г. № 235 «Об утверждении Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы» (ред. от 30 октября 2020 г. № 621)

6. Садовская, Т. Шок будущего. Беларусь перед вызовом четвертой индустриальной революции // Евразия. Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://eurasia.expert/industriya-4-0-vyzov-ili-vozmozhnost-dlya-belarusi/>. – Дата доступа : 16.11.2020.

7. Бунько, С.А. Формирование стратегии развития города на основе маркетингового анализа / С. А. Бунько // Экономика и инжиниринг: от теории к практике: сборник материалов XVI Междунар. науч.-практ. конф.; редкол. : С. Ю. Солодовников [и др.], 28 мая 2020 г., г. Минск. Науч. Электрон. издание / Белорус. нац. техн. ун-т. – Электрон. текст дан. (объем 4 Mb). – Мн. : БНТУ, 2020. – С. 79–80.

И.В. Марахина

БГУИР, Минск, Беларусь

I.V. Marakhina

BSUIR, Minsk

СОЗДАНИЕ УНИВЕРСИТЕТОВ 3.0 КАК ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

CREATION OF UNIVERSITIES 3.0 AS A FACTOR OF INCREASING THE COMMERCIALIZATION OF THE RESULTS OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL ACTIVITIES IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Аннотация. Обосновывается важность для активизации коммерциализации результатов научно-технической деятельности перехода вузов к модели «Университет 3.0». Описываются существенные особенности Университетов 3.0 и процессы их создания в Республике Беларусь.

Annotation. The importance of the transition of universities to the "University 3.0" model for enhancing the commercialization of the results of scientific and technical activities is substantiated. The essential features of Universities 3.0 and the processes of their creation in the Republic of Belarus are described.

В соответствии с Государственной программой инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы одним из основных направлений государственной инновационной политики является повышение эффективности коммерциализации результатов научно-технической деятельности и формирование рынка научно-технической продукции [1].

Большими возможностями в области коммерциализации результатов научно-технической деятельности обладают вузы, где сконцентрирован значительный интеллектуальный и научный потенциал страны [2]. Так, на начало 2018/2019 учебного года профессорско-преподавательский состав в учреждениях высшего образования насчитывал 20 256 человек, из которых 1 318 имели степень доктора наук, а 8 264 – степень кандидата наук. Кроме того, на начало 2018/2019 года численность студентов в учреждениях высшего образования составила 268,1 тысяч человек, а численность магистрантов – 14,7 тысяч человек [3].

Такие возможности увеличиваются с ростом ценности интеллектуальных и научных ресурсов в условиях перехода к обществу знаний. Как отмечают Г.Н. Константинов, С.Р. Филонович, университеты, являясь одним из важных производителей знаний в современном обществе, могут получать значительный доход от их использования и реализации. «При переходе к новой экономике, в которой знание становится главным источником конкурентных преимуществ и двигателем развития экономики, возникает проблема: как долго будет сохраняться ситуация, когда обладатели финансового капитала получают львиную долю прибыли, порожденной применением знаний, к генерации которых они не имеют непосредственного отношения? До каких пор университетские преподаватели, генерирующие и распространяющие знание, будут получать вознаграждение существенно меньшее, чем их ученики, применяющие это знание в бизнесе? Столь ли очевидно, что все знание, рожденное в университете, должно быть общественным благом?» [4].

Для реализации этого потенциала, активизации научной и инновационной деятельности и коммерциализации ее результатов осуществляется переход вузов к новой модели «Университет 3.0» (предпринимательский университет) [2]. Как отмечает Й. Виссема, «разница между коммерциализацией деятельности университетов второго и третьего поколений состоит в том, что для университетов второго поколения коммерциализация знаний была личным делом преподавателей, в лучшем случае интересной побочной работой, которая позволялась до тех пор, пока она не вступала в конфликт с основной научно-педагогической деятельностью. Для университетов третьего поколения, наоборот, коммерциализация ноу-хау является третьим основным видом деятельности, нормативно им предписанным. Университеты третьего поколения несут обязательство извлекать прибыль из создаваемых ими знаний» [5]. Согласно концепции «Тройной спирали» [6] университеты третьего поколения берут на себя роль предпринимателя и играют ключевую роль через передачу технологий, создание новых фирм и лидерство в стремлении развития регионов.

В настоящее время четкого определения понятию «Университет 3.0» не сформулировано. В тоже время ученые сходятся на такой принципиальной особенности как появление у Университета 3.0 третьей цели – предпринимательства (первые две – это образование и наука). При этом новая цель вносит изменения всю деятельность и принципы работы вуза. Так, к характерным чертам модели «Университет 3.0» можно отнести следующие [5; 7]:

– Активизация коммерциализации результатов научной и инновационной деятельности, в том числе за счет создания спин-организаций, стартапов сотрудниками и учащимися университета, продажи объектов интеллектуальной собственности, лицензий, выполнения научных работ под заказ.

– Высокая конкурентоспособность на глобальном рынке. «Университеты третьего поколения действуют на международном высококонкурентном рынке. Они активно соперничают за лучших преподавателей и студентов и за научно-исследовательские контракты с компаниями» [5].

– Активное сотрудничество с национальными и зарубежными компаниями разных отраслей, негосударственными научно-исследовательскими и проектными организациями, инвесторами, фирмами профессиональных услуг, фондами, с другими университетами.

– Проведение междисциплинарных исследований, работа в командах, сетевая организационная структура.

– Формирование предпринимательской инфраструктуры, включение в состав университетов бизнес-инкубаторов, центров трансфера технологий, центров коллективного пользования оборудованием и т.д.

– Обучение сотрудников и студентов основам бизнеса, мотивация и создание условий для предпринимательства.

– Самостоятельность в принятии решений университетом, значительное снижение финансовой зависимости от государства.

– Развитие наряду с предпринимательской, образовательной и научной функции.

Мероприятия по преобразованию вузов в соответствии с моделью «Университет 3.0» в Республике Беларусь проводятся сравнительно недавно. Так, экспериментальный проект, направленный на создание условий для развития действующих учреждений высшего образования в соответствии с моделью «Университет 3.0», начался с 2018 года в семи университетах [7]. Его реализация предусматривает два направления действий [7]:

– внесение изменений и дополнений в учебно-программную документацию образовательных программ высшего образования I степени, направленных на системное взаимосвязанное изучение вопросов инновационной, изобретательской и предпринимательской деятельности (создание бизнес среды) и в учебно-программную документацию образовательных программ высшего образования II степени, направленных на реализацию стартапов в бизнес-инкубаторах, командное выполнение высокотехнологических проектов в рамках практико-ориентированного и научно-ориентированного обучения;

– реализацию комплекса мер по созданию субъектов инновационной инфраструктуры (научно-технологические парки, центры трансфера технологий), отраслевых лабораторий, бизнес-инкубаторов, а также и по повышению эффективности научно-исследовательской, инновационной деятельности, которые будут обеспечивать на завершающем этапе коммерческую реализацию инновационной продукции и (или) результатов интеллектуальной деятельности.

В экспериментальном проекте с 2018 по 2023 год выделено пять этапов, каждый из которых длится один учебный год [7].

В тоже время недостаточная проработанность теоретических и методических основ, различные подходы и пути преобразования требуют глубокого изучения и формирования рекомендаций, позволяющих наиболее полно реализовать возможности модели «Университет 3.0» за счет максимального вовлечения интеллектуальных ресурсов вузов в научную и инновационную деятельность, обеспечения активизации, повышения результативности и эффективности и в конечном итоге – роста коммерческого эффекта такой деятельности.

Кроме того, следует учитывать, что эффективность мероприятий по переходу к модели «Университет 3.0» в «значительной степени зависят от конкретных условий, таких как менталитет нации, традиции в сфере высшего образования, уровень социально-экономического развития, отраслевая структура экономики, преобладающие формы собственности, степени рыночных преобразований и их социальной адаптированности» [7].

Таким образом, важным является исследование кардинально нового процесса в развитии белорусских вузов – их перехода к модели «Университет 3.0». Необходимо изучение и развитие теоретико-методологических основ коммерциализации результатов научной и инновационной деятельности в вузах при таком переходе. При этом подходы к переходу к модели «Университет 3.0» необходимо оценивать по критерию эффективности коммерциализации результатов научной и инновационной деятельности. Такая оценка в свою очередь позволит выработать комплекс рекомендаций для белорусских вузов.

В результате проведения научно-исследовательских работ должны быть решены следующие задачи:

– выделить и описать факторы, влияющие на активность научной и инновационной деятельности в вузах, а также на процесс коммерциализации результатов такой деятельности;

– на основе систематизации международного опыта выделить подходы к формированию модели «Университет 3.0» и уточнить возможности, плюсы и минусы применения каждого из них;

– изучить опыт внедрения модели «Университет 3.0» в белорусских вузах, участвующих в эксперименте;

– предложить комплекс рекомендаций, позволяющих активизировать научную и инновационную деятельность, обеспечить высокий уровень коммерциализации результатов такой деятельности за счет создания Университетов 3.0.

Литература

1. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]: утв. Указом Президента Респ. Беларусь, 31 января 2017 г., № 31 // Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by/deyatelnost/innovatsionnaya-politika/gpir/>. – Дата доступа: 10.10.2010.

2. Марахина, И.В. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности в условиях перехода вузов к модели «Университет 3.0» / И.В. Марахина // Высшая школа: проблемы и перспективы : сборник материалов XIV Междунар. науч.-метод. конф., Минск, 29 ноября 2019 г. / Акад. управления при Президенте Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – С. 91-93.

3. Образование в Республике Беларусь : Статистический сборник // Национальный статистический комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – 48 с.

4. Константинов, Г.Н. Что такое предпринимательский университет / Г.Н. Константинов, С.Р. Филонович // Вопросы образования. – 2007. – № 1. – С. 49–62.

5. Виссема, Й. Университет третьего поколения: управление университетом в переходный период / Й Виссема. – Москва: Олимп–Бизнес, 2016. – 422 с.

6. Etzkowitz, H. The Triple Helix University–Industry–Government. Second Edition / H. Etzkowitz, Ch. Zhou. – London: Routledge, 2018. – 342 p

7. Бондарь, А.В. Предпринимательский университет как точка роста экономики знаний / А.В. Бондарь, П.А. Лис, В.А. Слиж // Белорусский экономический журнал. – 2018. – №4. – С. 105–122.

8. Экспериментальный проект «Совершенствование деятельности учреждений высшего образования на основе модели «Университет 3.0» (комплексное развитие научно-исследовательской, инновационной и предпринимательской инфраструктуры учреждения высшего образования в целях создания инновационной продукции и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности)». Описание экспериментального проекта [Электронный ресурс] // РИВШ. – Режим доступа : <http://nihe.bsu.by/index.php/2opisanie-eksperimentalnogo-proekta>. – Дата доступа : 10.10.2010.

Е.Е. Марченкова

Белорусский государственный университет информатики и электроники,
г. Минск, Республика Беларусь

K. Marchenkova

Belarusian state university of informatics and radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE MARKETING ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

В статье представлены определенные аспекты применения цифровых технологий в маркетинговой деятельности предприятия. Рассмотрены основные каналы цифрового маркетинга и факторы, определяющие его эффективность.

The article presents certain aspects of the digital methods application in the marketing activities of the enterprise. The main channels of digital marketing and the factors that determine its efficiency are considered.

Одним из актуальных и быстро развивающихся направлений в современной науке и практике продвижения различных продуктов и услуг является цифровой маркетинг. Его технологии часто рассматриваются в качестве значимого фактора создания конкурентных преимуществ в любой сфере бизнеса.

Цифровой маркетинг (digital-marketing) – понятие, используемое для обозначения целевого и интерактивного маркетинга товаров и услуг с применением цифровых технологий для привлечения потенциальных клиентов и удержания их в качестве потребителей. Он предполагает:

1) комплексный подход к стратегии продвижения компании, её продуктов и услуг в цифровой среде, охватывающий также оффлайн потребителей, использующих игры, мобильные телефоны и другие цифровые средства связи;

2) интеграция большого количества разных технологий (социальные, мобильные, веб, CRM-системы, цифровые продукты и т.д.) с продажами и клиентским сервисом;

3) обеспечение постоянной качественной двухсторонней связи между рекламодателем и конечным потребителем продукта или услуги;

4) умение сочетать технологии и человеческие ресурсы при соблюдении их оптимального баланса, исходя из потребностей целевой аудитории и специфики предлагаемого блага;

5) феноменальная динамика роста и достижение значительного количества маркетинговых целей;

6) возможность быть релевантным рынку, оценивать и анализировать результаты продвижения, гибко реагировать на потребности потенциальных клиентов и потребителей.

Digital-marketing – это часть повседневной жизни людей, которые общаются, пользуются интернет-поиском, получают знания и развлекаются на множестве цифровых каналов (рисунок 1).



Рисунок 1 – Каналы цифрового маркетинга

Часто идентифицируют понятия цифрового маркетинга и интернет-маркетинга. На самом деле есть определенные отличия, обусловленные прежде всего оффлайн-коммуникациями (таблица 1).

Таблица 1 – Отличия интернет – и цифрового маркетинга

	Интернет-маркетинг	Цифровой маркетинг
Сфера воздействия на целевую аудиторию	Онлайн-сфера	Онлайн и оффлайн-сфера
Каналы распространения	Интернет-каналы	Все виды цифровых каналов (интернет, мобильные приложения, десктопные приложения, цифровая реклама, планшеты и игровые консоли, цифровое телевидение и т.д.)
Целевая аудитория	Все, кто имеет доступ к сети Интернет	Все, кто имеет доступ к сети Интернет, а также привлечение оффлайн-аудитории на онлайн-рынок
Способ коммуникации с аудиторией	E-mail рассылки, landing-страницы, сайты, реклама (поисковая, баннерная, таргетированная, контекстная) и пр.	E-mail рассылки, landing-страницы, сайты, реклама (поисковая, баннерная, таргетированная, контекстная), а также цифровое телевидение, реклама, в онлайн-играх и мобильных приложениях, мессенджеры, интерактивные экраны, POS-терминалы, локальные сети крупных городов и т.д.

Существуют определенные причины для того, чтобы обратить внимание на цифровые технологии при реализации маркетинговой стратегии. Во-первых, это ситуация, когда компания работает с узкой или молодой (продвинутой) целевой аудиторией. В данном случае наиболее целесообразно использовать контекстную рекламу и интеграцию (баннеры, посты, партнерские проекты) с популярными порталами.

Во-вторых, если возникает необходимость подробнее рассказать о бренде, продукте или услуге, чтобы люди увидели его ценность и могли принять решение о покупке (особенно касается новых продуктов и услуг).

В-третьих, когда предполагаемая покупка блага происходит на эмоциях (одежда, обучающие тренинги, сувениры) или после пробы (парфюмерия, косметика, оформление заявки на услуги банка, заказ выезда специалиста по ремонту на дом).

В-четвертых, если ресурсы компании ограничены, и нет материальной возможности заказать дорогостоящую рекламу, например, на телевидении. Это также может быть ситуация, когда подробная и качественная презентация занимает много времени. В частности, при выходе нового автомобиля. Тогда реклама на телевидении может дублироваться в мобильных приложениях, социальных сетях, в интерактивном тест-драйве на сайте компании и т.д.

В-пятых, когда есть необходимость постоянно вести диалог с покупателями (супермаркеты, интернет-магазины и т.д.). В данном случае маркетинговая стратегия часто предусматривает накопительные скидки, бонусы, баллы; присутствует стремление удерживать покупателя за счет изменений цен, акций, промо-предложений. Лояльность к бренду можно также поддерживать с помощью игрофикации и получения обратной связи от целевой аудитории.

В условиях digital-маркетинга особое значение приобретает персонализация. По своей сути – это процесс понимания настоящих намерений, желаний и потребностей человека, а также передачи релевантного, целевого и значимого для этого человека опыта. Для этого необходимо проанализировать поведение пользователя в конкретный промежуток времени, его данные (демографические, аналитические и т.д.) и сформировать стратегию, позволяющую ему легко достигать своей цели.

Важно прийти к согласованности между потребностями (желаниями) пользователя и стратегическими бизнес-целями компании, повысить конверсию и, одновременно, степень вовлеченности и лояльности потенциального покупателя.

Следует отметить, что в цифровом маркетинге также широко применяется практика создания, в дополнение к основному продукту, сопутствующих цифровых продуктов, которые помогают в продвижении основного. Наиболее частыми продуктами являются обучающие ресурсы для выработки навыков пользования основными продуктами. Например, Automation Academy (Академия Автоматизации) – обучающий портал, в котором представлены материалы для работы со Smart Process Automation и RPA Express Automation [1]. Портал создавался специально для обучения пользователей использованию продуктов

компании ООО «Воркфьюжн Системс» (специализируется на разработке программного обеспечения в отрасли информационных систем для обработки данных с применением искусственного интеллекта).

В академии представлены бесплатные курсы, которые позволяют пользователям обучаться бесплатному RPA Express продукту. Первостепенная задача этих курсов с точки зрения маркетинга – привлечь как можно больше новых пользователей в компанию. Partner Courses – платные курсы академии, которые доступны клиентам и партнёрам компании. Основной задачей этих курсов является обучение сотрудников автоматизации, используя Smart Process Automation или RPA Express. Курсы содержат материалы о таких технологиях как Machine Learning и Robotic Process Automation. Курсы позволяют подготовить специалистов по автоматизации внутри компании клиентов, а также обеспечить профессионалами партнерские команды для последующего предоставления услуг. Согласно проведённому опросу пользователей, академия является полезным и эффективным ресурсом для обучения.

Несколько месяцев назад Automation Academy перевела свои курсы на японский и испанский языки, что, в том числе, было анонсировано в Work Fusion Community [2].

В практике зарубежных организаций последних лет выработалась практика создавать специализированные отделы в маркетинговой организации, которые отвечают за цифровые технологии.

Маркетолог продукта иногда рассматривается как роль, которая должна входить в сферу ответственности отдела маркетинга. Маркетинговый отдел может отлично справиться с маркетинговыми коммуникациями, но у него редко бывает интуитивное понимание продукта. Маркетологи продуктов, которые попадают в отдел маркетинга, часто перегружены обязанностями по маркетинговым коммуникациям и редко занимаются каким-либо реальным маркетингом продуктов. Маркетологу продуктов нужно быть частью команды разработчиков, т.е. тем, кто был вовлечен в процесс разработки продукта, а также знает и понимает продукт. Маркетолог в продуктовом отделе необходим, чтобы изучить рынок и вывести на него продукт, который на данном рынке действительно необходим.

Менеджер по маркетингу продуктов имеет близость к миру продаж и маркетинга – может говорить на их языке, но также имеет полное представление о продукте и рынке, для которого он предназначен. Менеджеры по маркетингу продуктов должны работать в тесном контакте с отделами продаж и маркетинга, не будучи вовлеченными в них, чтобы не отвлекаться от своих основных обязанностей. Они должны определить персонажей покупателя для целевого рынка, понять причины их покупки и создать для них убедительные предложения. Они работают в тесном сотрудничестве с отделом продаж и маркетинга, чтобы доставлять такие сообщения и, в свою очередь, предоставлять рыночную обратную связь о продукте стратегическому менеджеру по продукту.

Компания Pragmatic Marketing сформировала в управлении продуктом три основные роли, каждая из которых имеет свои навыки и специализацию. Есть коммерческий или стратегический менеджер по продукту, который отвечает за стратегию продукта, технический менеджер по продукту, который сообщает разработчикам, что нужно создать, и, наконец, цифровой менеджер по маркетингу продукта [3].

Таким образом, цифровые технологии имеют масштабное значение в маркетинговой деятельности предприятия. Они предоставляют компании больше возможностей заявить о себе и своих продуктах значительному числу потенциальных клиентов и потребителей, активизировать реферальную схему маркетинга, создать сообщество пользователей для взаимной поддержки, обеспечить возможности для самостоятельного изучения и решения проблем с продуктом.

Литература

1. Веб-сайт цифрового продукта Automation Academy [Электронный ресурс]. – 2020. - Режим доступа :<https://automationacademy.com/>
2. Веб-сайт компании ООО «Воркфьюжн Системс» [Электронный ресурс]. – 2019. - Режим доступа :<https://www.workfusion.com/>
3. Что такое точки контакта? [Электронный ресурс]. – 2020. - Режим доступа: <http://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/pointofcontact/tochki>.

М.П. Мишкова, Т.В. Кичаева
Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Республика Беларусь

M.P. Mishkova, T.V. Kichaeva
Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

УЧАСТИЕ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК

PARTICIPATION OF THE BREST REGION IN THE FORMATION OF SUPPLY CHAINS

Аннотация. Сегодняшняя стадия формирования развития цепей поставок обуславливается следующими принципами: глобализацией международной экономики и интеграционными процессами в происходящем мире, а так же эффективностью логистических операций. Основой перспективного развития экономики страны и региона, повышения логистического потенциала зависит от формирования и устойчивого развития цепей поставок на основе взаимовыгодного сотрудничества между субъектами цепи.

Abstract: Today's stage of formation of the development of supply chains is determined by the following principles: globalization of the international economy and integration processes in the ongoing world, as well as the efficiency of logistics operations. The basis for the long-term development of the economy of the country and the region, increasing the logistic potential depends on the formation and sustainable development of supply chains based on mutually beneficial cooperation between chain entities.

Трансграничное сотрудничество государств – яркий пример проявления интеграционных процессов в сегодняшней Европе и мире в целом. Все чаще ведется совместная разработка и осуществление общих проектов по развитию экономики и социальных показателей соседних стран.

Особое значение интеграционного сотрудничества для Брестчины связано с ее географическим положением. К положительным моментам, представляющим интерес для других стран, относится так же значительный интеллектуальный и экономический потенциал региона.

Экономика области имеет аграрную специализацию. Агропромышленный комплекс области дает более 27 % экспорта продуктов питания Республики Беларусь. Брестчина сегодня является лидером в республике по этому показателю. Только одна компания «Санта Бремор» реализует свою продукцию более чем в 29 странах мира, а ОАО «Савушкин продукт» более чем в 20 стран на всех континентах.

Значительную роль в развитии экономики области играет свободная экономическая зона. Сегодня это 79 резидентов, из них 58 предприятий создано с участием иностранных инвесторов. В областном промышленном производстве доля СЭЗ «Брест» составляет почти 20 %, а ее доля в экспорте области еще выше – более 26 %. Всего на Брестчине около 400 предприятий создано с участием иностранного капитала. Это единственный регион, поставляющий электроэнергию в страны ЕС. Первостепенная задача для Брестского региона ускоренное развитие регионального логистического центра с «мультимедийными грузовыми терминалами» [1].

С 1998 года Брестчина – член Еврорегиона «Буг», обеспечивающего трансграничное сотрудничество с Украиной и Польшей. Основа его деятельности – создание и осуществление взаимовыгодных проектов и связей между всеми соседними территориями и хозяйствующими субъектами, обеспечивающими рост экономики и дальнейшее социальное развитие всех регионов.

На Брестчине сегодня финансируется ЕС (ПРООН) семь проектов международного трансграничного сотрудничества.

Кроме того «Еврорегион «Буг» – это гарант обеспечения эффективности системы коммуникаций с Западом на Восток и с Севера на Юг, что обеспечивает надежную связь России с Центральной и Западной Европой, Европы с азиатскими странами, а Балтийских стран со странами черноморского побережья.

Развитие логистической деятельности в Республике Беларусь подтверждают такие цифры: юридические лица, ведущие транспортно-экспедиционную и логистическую деятельность за 2018 год обеспечили объем транспортно-экспедиционных услуг на 2146,9 млн долларов США. Объем таких услуг с резидентами Республики Беларусь составил 712,8 млн долларов США, а по договорам с нерезидентами – 1434,1 млн долларов США [2].

За 2018 год объем грузоперевозок составил 455503 млн тонн, темп роста по сравнению с 2017 годом – 103,65 %. Импорт услуг в 2018 году по сравнению с 2017 годом (653,2 млн долл.) вырос на 108,1 млн долларов США (761,3 млн долл.) [3].

Транспортно-экспедиционные услуги осуществляются всеми видами транспорта. Так, в 2018 году на автомобильный транспорт приходится 50,76 % всего объема услуг, на железнодорожный транспорт – 44,09 %, на водный и морской транспорт – 3,74 %, на воздушный транспорт – 1,41 % [4].

Сравнение результатов логистической деятельности в Республике Беларусь с развитыми странами Евросоюза позволяет увидеть значительные потенциальные возможности для дальнейшего роста. Более чем в 1,5 млрд долларов США оценивается экспертами годовой потенциал рынка логистических услуг Республики Беларусь. Сегодняшние результаты республики значительно скромнее. Только 7,5 % в ВВП республики составляет доля логистики. В Германии этот процент составляет – 17 %, а в соседней Литве – 14 %. В Азиатских странах этот показатель выше в несколько раз.

По данным Всемирного банка в 2018 году по индексу эффективности логистики (составляется раз в два года) Республика Беларусь заняла 103 место, что на 17 позиций выше по сравнению с 2017 годом. К странам с наиболее высоким индексом эффективности логистики относятся: Германия, Бельгия, Швеция, Япония, Австрия, Сингапур, Нидерланды, Великобритания, Франция, Дания [5].

Самую высокую строчку по эффективности логистики среди стран Балтии и бывшего Советского Союза занимает Польша – 28 место.

На 112 месте оказалась Беларусь по уровню эффективности пограничного и таможенного контроля.

Сравнение с государствами соседями Украиной и Польшей по площади крытых складских помещений выглядит так:

- 1) площадь складов класса «А» и «В» только в районе Варшавы – 2,6 млн м², а вся площадь логистических центров – свыше 9 млн м²;
- 2) в Киевском регионе площадь таких складов – 2 млн м²;
- 3) в Республике Беларусь площадь складов класса «А» чуть более 812 тыс. м².

По развитию логистики Республика Беларусь находится сегодня на втором уровне. Здесь в основном работают операторы (провайдеры) 1PL (автономная логистика) и 2PL (традиционная логистика), а мировая практика все больше отражает использование 3PL и 4PL – более высокоорганизованных структур [6].

На уровне отдельных предприятий лишь до 5 % в государственном секторе и до 20 % в частном секторе экономики выстроили эффективную логистику. Все более актуальным для белорусских компаний становится задача оптимизации затрат. Достигнуть этого можно, в том числе и за счет эффективного управления цепями поставок. Те производства, которые не обеспечат эффективную логистику, не выдержат конкуренцию и уйдут с рынка.

Еще одна серьезная проблема логистики Беларуси в том, что значительное число логистических центров нацелены только на автомобильный транспорт, а не на все виды транспорта. Кроме того, логистические центры Республики Беларусь оказывают, как правило, до 20 видов услуг, а в Японии, например, свыше 100 видов, в Германии до 70. Поэтому все актуальнее становится необходимость ускоренного развития инфраструктуры логистических центров Беларуси.

Дальнейшее развитие логистики Беларуси и конкретно Брестского региона связано с максимальной интеграцией с крупнейшими транспортно-экспедиционными и логисти-

ческими международными компаниями. Это позволит получить современный опыт и технологии, а также дополнительные объемы работ.

Огромные перспективы для развития логистической системы и экономики в целом для Республики Беларусь представляет осуществление проекта «Новый Шелковый путь». Сразу два наземных транспортных маршрута в Европу из Китая пройдут через Беларусь. По экспертным оценкам до 10 % товарооборота между Китаем и странами Европейского Союза будет проходить через Республику Беларусь, и такой транзит достигнет 60 млрд долларов США. Он продолжит расти и в дальнейшем.

Однако, чтобы не стать огромным оффшорным складом для товаров Китайских компаний и наращивать свой экспорт в Китай важнейшая задача вовремя определить свои национальные интересы и подсчитать экономическую выгоду от участия в данном проекте. Необходимо участие Республики Беларусь одновременно и в других логистических маршрутах китайского проекта [7].

Дальнейшему развитию логистики (цепей поставок) в Беларуси будет способствовать ее цифровизация. Страны участницы ЕАЭС подписали договор о единой экосистеме цифровизации логистики, которая даст:

- 1) сервисы для составления и расчета наиболее эффективных маршрутов товародвижения;

- 2) электронные путевые листы и международные транспортные накладные, что позволит уйти от бумажных носителей;

- 3) электронные протоколы результатов проверки органами внутренних дел и позволит обеспечить контроль за движением транспорта и товарами на всем протяжении следования.

Эффективной цифровизации логистики в Беларуси должна способствовать принятая правительством в конце 2017 года Концепция развития логистической системы Республики Беларусь до 2030 года.

Беларусь не имеет выхода к морю, но водный транспорт развивается и в настоящее время имеется 10 речных портов. Создана транспортно-экспедиционная компания, которая занимается перевозкой грузов по рекам республики и по Днепру с выходом в порты Черного моря.

Значительный интерес представляет для развития туризма и Августовский канал. Его реконструкция позволила эксплуатировать на белорусской территории 5 шлюзов-регуляторов, 2 плотины и 4 судоходных шлюза. Более 10 различных маршрутов предлагается для туристов: это катание на катерах, прогулки на теплоходах, сплавы на байдарках, пешие прогулки. Обустраивается прилегающая к каналу территория с причалами для небольших судов и зонами отдыха [8].

Экспорт туристических услуг за 2019 год в Беларуси превысил 250 млн долларов США.

В 2018 году только Брестчину посетили туристы более чем из 80 стран, это 825,5 тыс. человек. Сегодня благодаря безвизовому режиму Брестская область считается наиболее посещаемой иностранными туристами среди всех областей республики. 120 туроператоров на Брестчине оказывают туристско-экскурсионные услуги. Большой популярностью пользуются санаторно-курортные и оздоровительные организации Брестской области, их 69 и рассчитаны они на 5905 мест. Развитие туризма в последние годы определило и строительство целого ряда новых гостиниц, их насчитывается 83, и рассчитаны они на 4588 мест. Строительство новых гостиниц продолжается и сегодня.

Ежегодно в Брестском регионе проводится около 100 различных мероприятий, представляющих значительный интерес для туристов.

Развитию туризма способствуют и разработанные областными организациями здравоохранения программы по диагностическому обследованию различного направления в течение нескольких дней.

Завершение реконструкции аэропорта «Брест» значительно увеличило объемы перевозки пассажиров и грузов. Стали осуществляться чартерные рейсы и появились новые авиалинии.

Таким образом, успешное формирования и развитие логистики (цепей поставок), основанное на принципах глобализации и интеграции, развитие логистических систем страны и региона имеет значительные перспективы как в регионе, так и в стране в целом. Проводимые мероприятия представляют интерес для создания партнерских отношений на условиях взаимовыгодного сотрудничества.

Литература

1. Регионы Республики Беларусь: социально-экономические показатели : стат. сб. : в 2 т. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2019. – Т. 1. – 756с.
2. Регионы Республики Беларусь: социально-экономические показатели : стат. сб. : в 2 т. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2019. – Т. 2. – 581с.
3. Об утверждении Программы развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года : постановление Совета Министров Республики Беларусь, 5 июля 2012 г., № 622, в ред. 13 июня 2014 г., № 572 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь.
4. Полещук, И.И. Оценка логистического потенциала государства в условиях глобализирующейся экономики / И.И. Полещук, Т.Г. Зорина, П.А. Лаврентьев // Логистические системы и процессы в современных экономических условиях : материалы I Междунар. заочной науч.-практ. конф., Минск, 1–15 нояб. 2013 г. / Ин-т бизнеса и менеджмента технологий БГУ. – Минск, 2015. – С.18–28.
5. Полещук, И.И. Разработка методики оценки логистического потенциала региона / И.И. Полещук, Т.Г. Зорина, И.В. Кашникова // Труд. Профсоюзы. Общество. – 2015. – № 1. – С. 39–44.
6. Нагловский, С.Н. Экономика и надежность логистических контейнерных систем : моногр. / С.Н. Нагловский. – Ростов н/Д : РГЭА, 1996. – 139 с
7. Мишкова, М.П. Аспекты фрагментации производства в цепях поставок / М.П. Мишкова // Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы : мат. VIII межд. науч.-практ. конф., Пермь, 18 апр. 2019 г. – Пермь : Пермский нац. исслед. политехн. ун-т, 2019. – С. 248–256.
8. Мишкова, М.П. Цепочки добавленной стоимости в современной экономике/ М.П. Мишкова // Модернизация хозяйственного механизма сквозь призму экономических, правовых, социальных и инженерных подходов : сб. материалов XVмежд. научно-практич. конф., Минск, 21 ноября 2019 г / Белорусский нац. технич.универ. – Минск, 2019. – С. 415-416.

Т.Е. Наганова

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
Минск, Беларусь

The Department of Economics of The Belorussian
Government University of Radio technique and Radio Electronic,
Minsk, Belarus Republic

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

THE THEORETICAL ASPECTS OF THE STATE REGULATION COMPETITION'S ENVIRONMENT

Аннотация. В статье с привлечением теории социоценозов излагаются теоретические подходы, предъявляемые к образованию ценоза промышленных предприятий в государстве, а также пропорций между крупными, средними и малыми предприятиями, что позволяет сделать научный вывод о требуемом количестве структурных элементов ценоза.

Ключевые слова: антимонопольное законодательство, государственное регулирование, конкурентная среда, ценозы, техноценозы, социоценозы, закон Ципфа, Н-распределение, общность ценозов любой природы.

Summary. The Article Describes the Theoretical Method of Calculation Average Proportions between Small, Average & Large Enterprises in any Country with using Main Rules of Cenooses Formation.

Key words: Antitrust Law, State Regulation, Competitor's Environment, Cenooses, Technical Cenooses, Social Cenooses, Law of Cypf, H –allocation, The Common Law of Community of Nature of any Cenooses.

Одна из острейших проблем независимых государств постсоветского пространства формулируется как поиск путей легального, в рамках законодательства, реформирования промышленных предприятий – гигантов. С переходом к рыночной экономике, как правило, страны принимают антимонопольное законодательство.

Основное содержание материала статьи направлено на рассмотрение вопроса о том, что антимонопольное регулирование в Республике Беларусь направлено не против монополий, а против монополистической деятельности [1]. Комментарии к этому утверждению могут содержать следующие сведения. Экономическая модель белорусского государства политологи определяют как социально-ориентированную рыночную экономику инновационного типа. Не секрет, что строительство рыночной экономики находится в процессе, поэтому очень многие вопросы требуют взвешенных решений: нельзя слепо перенимать чужой опыт. Одним из таких вопросов можно считать установление пропорций между промышленными предприятиями крупного, среднего и малого бизнеса любой формы собственности, включенными в Государственный реестр предприятий.

На сайте Байнета по e-адресу [Электронный ресурс: www.zautra.by] по состоянию на октябрь 2017 г. размещена статья «Топ-200 самых многочисленных коллективов Беларуси». Согласно этой статье, в этот список вошли следующие предприятия: МТЗ (свыше 30 тыс. чел.), МАЗ (21,8), «Беларуськалий» (18,3), Гомсельмаш (17,3), Минскэнерго (14,3), БМЗ (свыше 1,3), Белшина (12,5), Белаз (12,5), Нафтан (12,2), Витебскэнерго (около 11), Гомельэнерго (около 9), Мавид (8,6), Могилевхимволокно (около 6,5), Гродноазот (7,2), ММЗ (около 7), Могилевэнерго (около 6,5), Белтрансгаз (около 6,5), Гродноэнерго (около 6,4), Интеграл (6,2), Брестэнерго (около 6).

Для анализа занятых на малых и средних предприятиях нашей страны воспользуемся статьей [2]. В статье дается классификация предприятий в стране по числу занятых и по сферам деятельности. Микроорганизации имеют численность до 15 человек. Малые организации – это зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью от 16 до 100 человек включительно. К субъектам среднего производства относятся зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие предприятия со средней численностью за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

Малые и средние предприятия (МСП) в нашей стране представлены не только промышленными предприятиями, но и торговлей, общественным питанием, строительством, транспортом и связью, бытовыми услугами, консалтинговой деятельностью, образованием, компьютерными услугами, туризмом, рекламой, полиграфией, недвижимостью, др.

Так в торговле к МСП принадлежит 133 предприятия (30,9% от МСП), в промышленности 68 предприятий (15,8 % от МСП), в общественном питании 22 предприятия (5,1% от МСП), в строительстве 60 (13,9), в связи и транспорте 40 (9,3), в бытовом обслуживании 37 (6,3), в консалтинговых услугах 2 (0,5), в образовании 4 (0,9), в компьютерных услугах 14 (3,2), в туризме 18 (4,2), в рекламе 14 (3,2), в недвижимости 11 (2,6), в др. видах деятельности 11 (2,6).

Построим график, где по оси y – число занятых, тыс. чел., а по оси x – количество промышленных предприятий. Нетрудно определить, что полученная прямая от одного предприятия с диапазоном численности занятых от 6 до 30 тыс. чел. резко идет вниз, чтобы отразить на графике 68 предприятий МСП с условной численностью до 200 (250) чел. В промышленном производстве отсутствует средний бизнес.

Возможен анализ полученного графика с привлечением теории ценозов, а также с учетом реальной ситуации в Республике Беларусь, связанной с наличием крупных, средних и мелких промышленных предприятий.

В любом ценозе элитные группы играют решающую роль – именно их интересы в первую очередь удовлетворяются и оберегаются. Однако ценоз утратит устойчивость при отсутствии или заметном сокращении саранчовых групп. Ценозы любой природы имеют общие законы развития. Об этом говорят многие специалисты [3], [4], [5]. Экономика, предположительно, будет устойчиво развиваться, когда распределение хозяйствующих лиц по величине приблизится к кривой Н- распределения [6].

С развитием человеческого общества государство все больше и больше тратит усилий на свой саранчовый хвост. Не потому что побеждают идеи социальной справедливости, а

потому, что опыт существования социоценозов заставляет элитные группы уступать свои права и привилегии для сохранения ценоза [7].

В качестве выводов для перспектив дальнейших исследований возможно констатировать, что крупнейшие промышленные предприятия Республики Беларусь обеспечивают занятость населения, дают солидную долю налогов в государственный бюджет. Преобразования в отраслях промышленного производства возможны только путем постепенного реформирования.

Это хорошо понимают в Республике Беларусь, где постоянно принимаются законодательные акты по либерализации бизнеса. Из теории нам известно, что свободная конкуренция обеспечивает самоорганизацию ценоза [5], но вполне возможно потерять контроль государства над процессами образования мощного малого и среднего бизнеса. А это ведет к росту экономических преступлений. Это с одной стороны. С другой стороны, предпринимательский ресурс как фактор производства очень мало задействован. Выход один – взвешенная экономическая политика в отношении формирования малого и среднего бизнеса. Ключевое слово здесь «формирование».

Проблемы есть и проблемы решаются. Возможно, фактор времени является исключительно важным в вопросе формирования малого и среднего бизнеса. Но мы работаем, в чем могут убедиться все граждане Республики Беларусь и наши зарубежные партнеры по бизнесу.

Литература

1. Сидорчук, В.К. Хозяйственное право: учебное пособие / В.К. Сидорчук. – Мн.: РИПО, 2015.
2. Скриба, А. Белорусский малый и средний бизнес / А. Скриба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.research.by.
3. Кудрин, Б.И. Введение в технетику / Б.И. Кудрин. – Томск, 1990.
4. Половинкин, А.И. Техноэволюция и техноценозы. Обзор работ проф. Б.И. Кудрина / А.И. Половинкин. – Волгоград: Бюллетень «Техническое творчество» Всесоюзной ассоциации технического творчества «Эвристика».
5. Наганов, А.В. Теория общества, государства и права / А.В. Наганов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.naganova.3dn.ru ЭКОЦЕНОЗ.
6. Naganova, T. A judgment about proportions between enterprises of any form of property in state / T. Naganova // SMT («The scientific method». – No 11 (11). – 2017. – Warszawa. Poland. – P.69.

Н.Г. Надеева, Е.В. Зацепина

Брестский государственный технический университет
г. Брест, Республика Беларусь

N.G. Nadeina, E.V. Zatsepina

Brest State Technical University Brest,
Republic of Belarus

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

COMPETITIVENESS AND DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL MARKETING

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные проблемы развития конкурентоспособности на всех уровнях экономической системы и основные тенденции развития экологического маркетинга. Определены взаимосвязи конкурентных позиций и развития сферы потребления, качества окружающей среды, динамики ресурсного потенциала, материального благосостояния. Сделаны выводы о значимости экологических аспектов в маркетинговой деятельности.

Summary. The article deals with the current problems of developing competitiveness at all levels of the economic system and the main trends in the development of environmental marketing. The interrelations of competitive positions and development of the sphere of consumption, the quality of the environment, the dynamics of resource potential, and material well-being are determined. Conclusions are drawn about the importance of environmental aspects in marketing activities.

В настоящее время основной тенденцией развития мирового хозяйства является глобализации экономики, поэтому национальные экономики все больше вовлечены в эти процессы и особое значение приобретает вопрос изучения территорий, а также планирование стратегий их развития. Экономический рост страны имеет тесную связь с развитием и функционированием ее регионов, причем каждый имеет свои отличительные особенности по экономическому развитию, организации отраслевой структуры, природно-ресурсному потенциалу, культурной среде, демографическим показателям и множества других факторов. Эффективная стратегия и политика развития территориальных единиц формирует благоприятные национальные тенденции развития, однако необходимо учитывать конкурентную среду и уделять особое внимание маркетингу исходя из различных концепций его развития.

Современная рыночная экономическая ситуация характеризуется быстро изменяющимися информационными потоками и новыми знаниями, которые могут при некоторых условиях обеспечить определенные уровни конкурентоспособности и способствовать устойчивому развитию страны, территории и любой организации.

Конкурентоспособность можно рассматривать как активность предприятия во внешней среде, устойчивость внутреннего развития и обеспечение на этой основе высокой эффективности деятельности. Конкурентоспособность отдельных предприятий – это понятие системное, его необходимо рассматривать, во-первых, как результирующую экономических и правовых действий государства, во-вторых, как результат приобретения конкурентных преимуществ на отраслевых рынках, в-третьих, как итог управляющих воздействий на внутренние бизнес-процессы.

Стратегия повышения конкурентоспособности должна ориентироваться на инновационные разработки во всех сферах. Страны с высоким уровнем развития приходят к отказу от экстенсивного по отношению к окружающей среде пути развития и определяют новые цели развития, ориентированные на восстановление разрушенной ранее окружающей среды, гармонизацию отношений человека с природой, создание безотходных технологий. Такая перспективная модель строится на основе разработанной в рамках ООН концепции "устойчивого развития", предполагающей учет экологического фактора в экономическом развитии государств и предприятий. Активно разрабатывается и осуществляется целый комплекс мер, направленных на решение задач нового этапа развития, включая принятие природоохранного законодательства, внесение соответствующих изменений в налоговые системы, применение различных инструментов экологической политики. В результате принимаемых мер происходят глубокие изменения в структуре экономики, проводящих экологически ориентированную политику стран.

По мнению исследователей из Йельского университета, существенным для экологии того или иного региона является не только экономическое процветание государства, но и активная мобилизация его общества для защиты природных ресурсов, а также верховенство права и открытое объективное освещение экологических проблем в средствах массовой информации. Ежегодно Центр экологической политики и права при Йельском университете составляет международный индекс экологической эффективности стран (*EPI, Environmental Performance Index*), в котором 180 государств оцениваются с точки зрения состояния окружающей среды и жизнеспособности их экосистем.

Для составления Индекса EPI команда исследователей использует 32 показателя эффективности в 11 категориях проблем, таких как качество воздуха и питьевой воды, климатические изменения, биоразнообразие, утилизация отходов и прочие важные вопросы. Все данные для составления Индекса EPI поступают от международных организаций, исследовательских институтов, научных кругов и государственных учреждений по всему

миру. Большинство данных проходят проверку третьей стороной, чтобы избежать политических манипуляций и некорректных оценок.

Практически каждый год ТОП-позиции в Индексе экологической эффективности занимают процветающие европейские государства с высоким уровнем жизни, которые осознают важность экологических проблем и инвестируют в улучшение экоситуаций в своих регионах, выстраивая необходимую санитарную инфраструктуру, обеспечивая жителей чистой питьевой водой, уменьшая загрязнения воздуха предприятиями и транспортом, контролируя выбросы опасных отходов и реализовывая прочие устойчивые программы и политики.

В 2020 году среди 180 государств первое место занимает Дания, а страны бывшего СССР занимают следующие позиции: Беларусь – 49; Армения – 53; Россия – 58; Украина – 60; Азербайджан – 72; Казахстан – 85; Узбекистан – 89; Туркменистан – 92; Грузия – 102.

Проблемы экологии и охраны окружающей среды носят глобальный масштаб в любой сфере человеческой деятельности. Многие годы государственные структуры, субъекты хозяйствования всех отраслей и общественность определяют приоритеты экологического развития и решают множество задач для достижения высокого уровня безопасности среды обитания для человека и природы.

В рамках Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года определены стратегические приоритеты долгосрочного развития по трем основным компонентам – человек, экономика, экология.

Стратегической целью государственной политики в области охраны окружающей среды является обеспечение экологически благоприятных условий для жизнедеятельности общества и граждан.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач: повышение эффективности использования природно-ресурсного потенциала при обеспечении целостности природных комплексов и удовлетворении потребностей общества в настоящем и будущем; обеспечение устойчивого снижения вредных воздействий на окружающую среду при осуществлении хозяйственной и иной деятельности путем:

- ✓ экологизации социально-экономического развития на национальном, отраслевом и региональном уровнях;
- ✓ совершенствования организационных, технических и планировочных решений по снижению негативного воздействия на окружающую среду;
- ✓ повышение уровня экологической безопасности, снижение угрозы жизнедеятельности населения и ущерба экономике страны от опасных гидрометеорологических явлений, чрезвычайных ситуаций техногенного характера;
- ✓ реабилитация загрязненных и иных экологически дестабилизированных территорий, восстановления их биосферных функций [2].

Безусловно, что достижение выше названных целей и решение задач позволит повысить конкурентоспособность на всех уровнях экономической системы, но эти процессы требуют качественного управления и реализации эффективного маркетинга.

Актуальными проблемами во всех сферах маркетинговой деятельности являются экологические аспекты. Фундаментальные исследования последствий, наступающих вследствие роста потребления природных ресурсов для обеспечения нужд человечества, были начаты в 1968 г. Римским клубом, инициировавшим работы Джея Форрестера по изучению долгосрочных тенденций мирового развития. Эти исследования положили конец мифу о «счастливом будущем человечества». Более того, они продемонстрировали неизбежность всемирных катастроф, которые произойдут в начале XXI века в результате демографического взрыва в развивающихся странах, загрязнения окружающей среды, истощения природных ресурсов [4].

В современном мире чрезмерное потребление, постоянно подкрепляемое воздействием маркетинга, приводит к сокращению объема и качества природных ресурсов, вызывает экологические проблемы, а в итоге к ухудшению качества окружающей среды и в долгосрочной перспективе – к снижению материального благосостояния и качества жизни в целом. Связь между качеством окружающей среды и материальным благосостоянием имеет задержку во времени, так как последствия проявятся в долгосрочной перспективе, поэтому

концепция социально-ответственного маркетинга призвана заменить традиционную концепцию маркетинга в целях рационализации потребления и экологической защищенности общества от нежелательных процессов производства (рис.1).

На каждом уровне формирования конкурентоспособности реализуется определенный вид маркетинга: маркетинг страны, маркетинг территорий, маркетинг города, экологический маркетинг, при этом следует отметить, что все показатели складываются из общих эффективных результатов управления и маркетинговой деятельности всех субъектов хозяйствования.

Особое значение приобретает территориальный маркетинг – это маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория. При этом выполняется глубокий анализ возможностей использования экономических, производственных и природных ресурсов для решения следующих задач регионов:

- ✓ повышение конкурентоспособности;
- ✓ увеличения инвестиционной привлекательности;
- ✓ улучшение имиджа территории, включая экологические аспекты;
- ✓ привлекательность сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей реализации и воспроизводства таких ресурсов;
- ✓ расширение участия территории и ее субъектов в реализации международных, национальных и региональных программ.

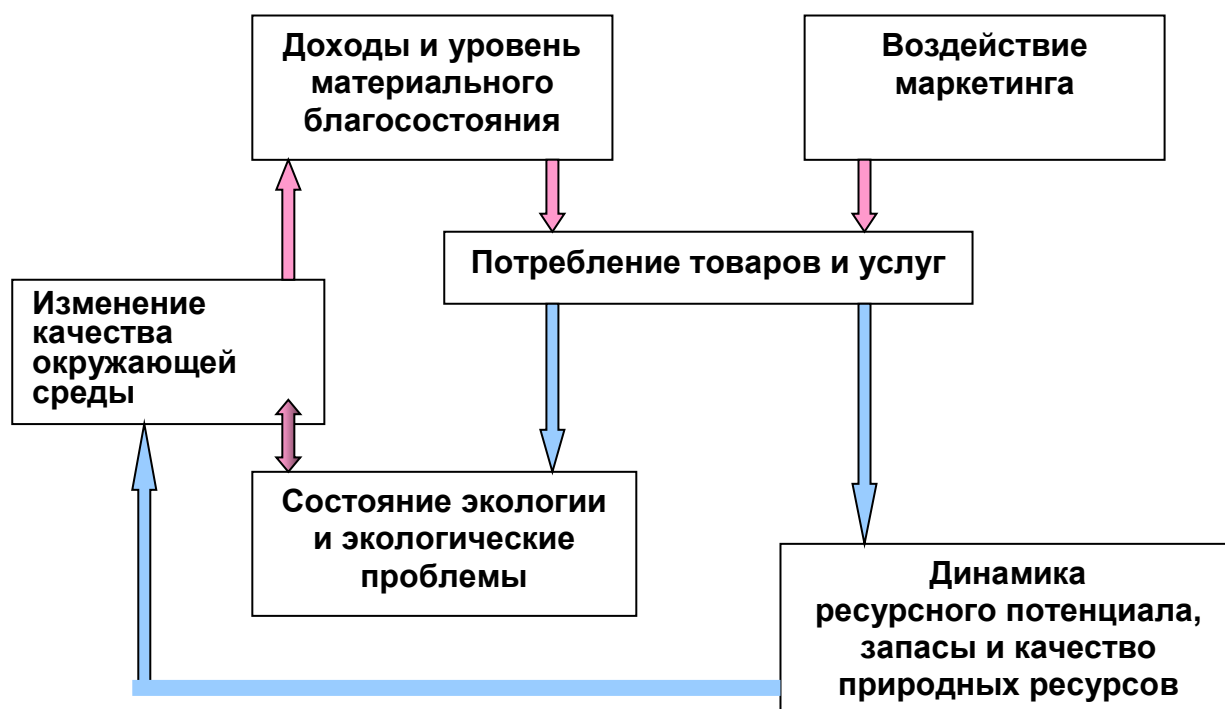


Рисунок 1 – Взаимосвязь потребления и изменения качества окружающей среды

При исследовании особенностей маркетинга в разных странах, регионах и на предприятиях необходимо, прежде всего, учитывать процессы эффективного управления, которые могут дать ожидаемые эффекты при достижении определенных целей.

Для того чтобы управлять любым процессом, нужно уметь его контролировать и измерять, а для выработки наиболее эффективных решений нужна полная и качественная информация о состоянии системы управления и её развитии. В современных условиях управление предприятием становится информационным процессом, который основывается на необходимости в систематическом принятии эффективных управленческих решений. Соответственно успех или неудача предприятия зависит от скорости и качества принятых

управленческих решений, которые в свою очередь базируются на наличии объективной, точной, своевременной и достоверной информации.

Система управления маркетинговой деятельностью представляет собой элемент общей системы управления предприятием. Она пронизывает всю производственно-хозяйственную деятельность и связывает предприятие с внешней средой. Общая результативность деятельности предприятия во многом зависит от эффективности созданной системы управления маркетинговой деятельностью, её способности к удовлетворению ожиданий и потребностей заинтересованных сторон. Сама система управления должна быть комплексной, направленной на достижение краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных целей организации.

Задачи маркетинговой деятельности отражают взаимосвязь маркетинга как специальной функции управления с другими специальными функциями, регламентированными петлёй качества международных стандартов ИСО серии 9000, а именно политикой, реализацией, закупками, финансами, управление качеством, управление человеческими ресурсами, производством [1].

Развитие предприятия неразрывно связано с развитием маркетинговой деятельности. В настоящее время ни одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой службы. И полезность маркетинга все возрастает. Это происходит потому, что потребности людей, как известно, безграничны, а ресурсы территорий и предприятия ограничены.

В современной экономике экологическая составляющая развития общества стала новым фактором влияния на бизнес в целом и на маркетинг в частности. Успешные предприятия и регионы не могут оставаться в стороне от общего направления движения рынка в сторону экологизации, будь то экологичные товары, услуги, использование возобновляемых источников энергии или снижение рисков от последствий чрезвычайных ситуаций.

В настоящее время происходит становление понятия «экологический маркетинг» и в настоящее время существуют различные трактовки его определения. Одни авторы под ним подразумевают экологическую политику, экологическую ответственность бизнеса, открытость фирмы и прозрачность производственного процесса, экологическую маркировку. Другие специалисты относят экологический маркетинг к инструментам экологического менеджмента [5]. Ряд авторов включают в экологический маркетинг формирование финансовых структур поддержки экологических действий, экологический аудит, экологическое страхование действий компаний, изменение форм отчетности производителей, новые формы рекламы, формирование новых принципов торговли, однако ни у кого не возникает сомнений по поводу того, что все эти процессы должны иметь эффективное управление на стратегическом, текущем и оперативном уровнях [3].

В обеспечении конкурентоспособности на всех уровнях обязательно присутствует экологический аспект. На уровне мировой экономики – это международные стандарты в области экологического менеджмента и высокие природоохранные требования ряда развитых государств. На уровне страны – это требования национального природоохранного законодательства и санкции за его нарушение. На уровне территориальных единиц – это существующая экологическая обстановка и политика властей по охране окружающей среды. На микроуровне – это выдвигаемые потребителями требования по соответствию производственной структуры и производимой продукции определенным экологическим стандартам. Возможно также влияние со стороны различных контактных аудиторий: средств массовой информации и природоохранных организаций. Экологическая составляющая имеет место и во внутренних факторах обеспечения конкурентоспособности: формирование системы экологического менеджмента и маркетинга как составной части общей системы управления фирмой, оптимизация производственных процессов, снижение экологических рисков и расходов, вызванных нерациональным использованием природных ресурсов.

Существует точка зрения, что организациям приходится выбирать между экономикой и экологией, а получаемые социальные преимущества от соблюдения требований природоохранного законодательства не могут компенсировать издержки предприятий, вызванные предотвращением или устранением последствий загрязнения окружающей среды.

Для белорусских субъектов хозяйствования важность экологического фактора в обеспечении конкурентоспособности приобретает особо важное значение в свете перспектив вступления во Всемирную торговую организацию.

Обеспечение конкурентоспособности предприятий на основе экологического фактора способствует формированию устойчивых конкурентных преимуществ, облегчающих доступ компаний на различные рынки, обеспечивающих высокую экономическую эффективность и инновационность их деятельности путем систематического сокращения производственных затрат, внедрения передовых технологий и снижения экологических рисков, стимулирует развитие социально ответственного и экологичного бизнеса, а также создает предпосылки для комплексного решения экологической проблемы экономически целесообразными способами.

Литература

1. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества: СТБ ISO 9004-2010 (ISO 9004:2009, ИДТ). – Взамен СТБ ИСО 9004-2001; введ. 01.01.2011. – Минск: Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь: БелГИСС, 2010. – 45 с.
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija. – Дата доступа: 29.10.2020.
3. Смирнова, Е.В. Экологический маркетинг / Е.В. Смирнова // Практический маркетинг. – 2010. – №4 (158). – С.9-14
4. Форрестер Дж. Мировая динамика. М.: Наука, 1978.
5. Эриашвили, Н.Д. Маркетинг / Н.Д. Эриашвили [и др.]. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

И.И. Обухова, Д. К. Ширина

Брестский государственный технический университет,
Брест, Беларусь

I.I. Obukhova, D.K. Shirina

Brest State Technical University,
Brest, Belarus

ОЦЕНКА РИСКОВ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

RISK ASSESSMENT OF THE BANKING SYSTEM IN AN UNSTABLE ECONOMY

Аннотация. В статье описаны результаты исследования, направленного на разработку модели оценки системного риска белорусских банков и определения степени финансовых угроз по основным факторам, выявленным в результате систематизации банковских опасностей в условиях нестабильной экономической среды.

Annotation. The article describes the results of a study aimed at developing a model for assessing the systemic risk of Belarusian banks and determining the degree of financial threats based on the main factors identified as a result of systematization of banking risks in an unstable economic environment.

В условиях финансово-экономической глобализации нестабильность основных сегментов Международного финансово-кредитного рынка (МФКР) распространяется на все страны мира, в том числе Республику Беларусь и ее партнеров по ЕАЭС. Негативные проявления нового этапа мирового кризиса становятся все более опасными для нашей экономики, ставят перед белорусскими банками проблему своевременного выявления

финансовых угроз для обоснования мер по минимизации последствий риска во всех секторах национальной экономики.

Известно, что на уровень развития финансово-кредитной системы наибольшее влияние оказывают макроэкономические показатели страны, и в то же время он сам является фактором, стабилизирующим или же дестабилизирующим экономический рост. Именно банковская сфера обеспечивает устойчивое развитие и макроэкономическое равновесие с помощью инструментов денежно-кредитного регулирования всех остальных сфер национальной экономики. Поэтому при разработке финансовой политики государства необходимо учитывать определенный перечень факторов, определяющих стабильность коммерческих банков в условиях риска. Это позволит, в какой-то мере, снизить негативные проявления системного риска в белорусской экономике.

Неуправляемый системный риск приводит к функциональному разрушению финансового сектора, так как банки теряют способность выполнять свои задачи по аккумуляции финансовых ресурсов и инвестиционному кредитованию экономических субъектов, нуждающихся в кредитной поддержке. В результате возникает неплатежеспособность большинства участников рынка ссудного капитала и как следствие, банковский кризис.

Системный характер кредитного, инвестиционного, правового, конкурентного, маркетингового, бухгалтерского и других рисков является главной причиной нарушения стабильности функционирования национального финансового рынка, снижения показателей ликвидности его субъектов и ухудшения экономической ситуации в стране в целом.

Таким образом, системный риск – возможность срыва процессов предоставления финансовых услуг, который вызывается ухудшением состояния всей банковской сферы или ее части и имеет потенциальные серьезные отрицательные последствия для реальной экономики. Национальным банком Республики Беларусь управление системными рисками осуществляется с помощью инструментов макропруденциального регулирования, что позволяет снизить как временной риск, накапливаемый в банковской сфере, так и межсекторный системный риск, уже возникший в разных сегментах банковской сферы [1].

Оценка системного риска предполагает комплексный анализ риска финансово-кредитной системы на основе расчета количественных индикаторов, определяющих пороговые значения, соответствующие приоритетным интересам национальной экономики. Величина индикаторов, используемых нами в качестве критериев системного риска, соответствует принятым в Республике Беларусь нормативам. Так, объем внутреннего государственного долга не должен превышать 20-30 %; объем внешнего госдолга – 20-25 %; дефицит бюджета – до 5 %; среднемесячный прирост денежной массы (M2) – 9-12% [2].

Результаты анализа динамики этих показателей в период 2018-2020 гг, выполненного на основе официальной информации Национального банка Республики Беларусь [3], приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Оценочные критерии системного риска

Показатели, ед. изм.	Значение показателя			Индикатор
	2018 (исп)	2019 (исп)	2020 (пл)	
ВВП, млрд руб.	121.6	132.0	135.3	-
млрд USD	59.17	63.10	64.7	
Дефицит (профицит) бюджета, млрд руб./ % к ВВП	+ 4.66 +3.84 %	+3.23 + 2.44 %	-0.995 -0.73 %	Дефицит бюджета <i>до 5 % ВВП</i>
Внешний госдолг, начало года, млрд USD/ % к ВВП	16.73 30.7 %	16.89 28.4	17.10 27.1	Размер внешнего госдолга: <i>20-25 % к ВВП</i>
Внутренний госдолг, начало года, млрд руб. / % к ВВП	9.175 8.6 %	8.876 7.0%	8.750 6.6 %	Размер внутреннего госдолга: <i>20-30 % к ВВП</i>
Прирост широкой денежной массы к предыдущему периоду, %	124.8% /12 = 10.4 %	123.4% /12 = 10.3 %	125.1% /12 = 10.4 %	Среднемесячный прирост <i>9-12 %</i>

Сопоставим полученные значения показателей с предельной величиной индикаторов, выбранных в качестве критериев системных рисков. Мы видим, что требования соблюдаются по трем индикаторам: показателю дефицита госбюджета, плановое значение которого ниже установленной предельной величины; размеру внутреннего госдолга и

прироста широкой денежной массы. Однако динамика показателя дефицита госбюджета свидетельствует о снижении финансовой устойчивости белорусской экономики, так как уже в 2020 году запланировано отрицательное сальдо госбюджета. Одной из причин такой ситуации является увеличение внешнего госдолга, размер которого в анализируемом периоде хотя и снижается, однако значительно превышает предельное значение индикатора.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наиболее опасным для финансово-кредитной сферы, а следовательно, и для всей национальной экономики является повышение активности государства в части привлечения международных кредитов и займов. В то же время возможности внутреннего кредитования Правительство Республики Беларусь в полной мере не использует, что объясняется высоким уровнем финансовых рисков в банковской системе.

Для определения инструментов снижения рисков отдельных коммерческих банков выполним структуризацию существующих в нестабильной экономике опасностей финансовых потерь (ОФП), вызванных основными факторами риска (рисунок 1).

Из логической схемы, представленной на рисунке 1, видно, что процентные, валютные, инвестиционные и кредитные опасности сопровождаются угрозой денежных потерь вследствие проявления системного риска в банковской сфере. Это приводит к ухудшению финансового состояния коммерческих банков и снижению их инвестиционно-кредитной активности по отношению к субъектам реальной экономики и государству.

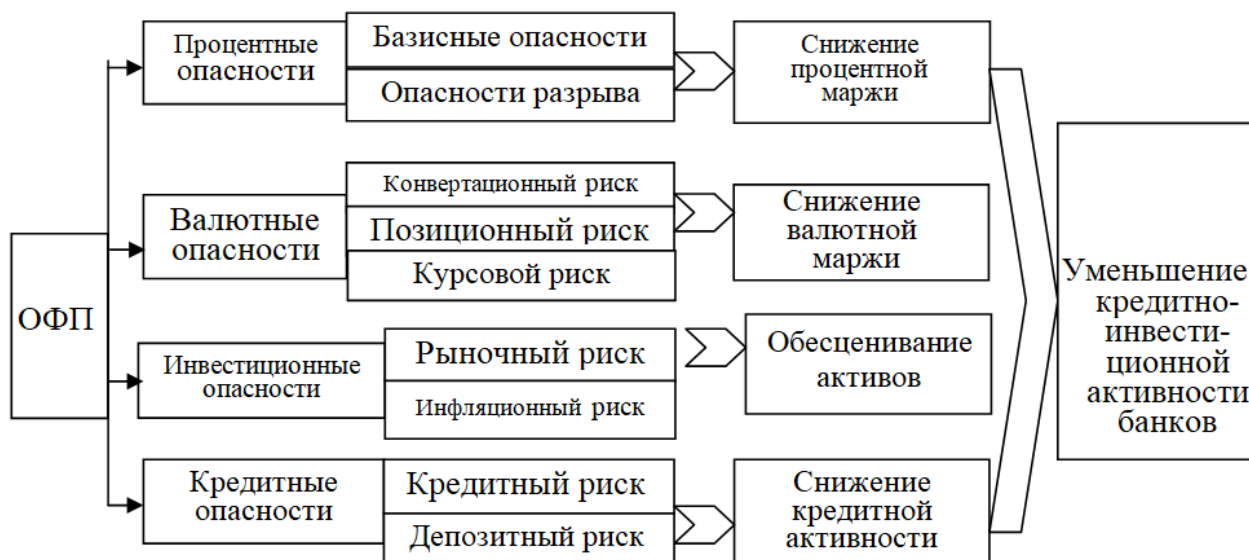


Рисунок 1 – Структуризация финансовых опасностей в кредитной сфере

Процентные опасности связаны с неблагоприятными изменениями общего уровня процентных ставок, влияющих на разрыв между кредитными и депозитными процентами (процентную маржу). Это вызывает риск падения доходов банка и может привести к уменьшению его ресурсной базы и, следовательно, к снижению кредитной активности.

Валютные риски возникают из-за неблагоприятного изменения валютных курсов, введения новых валютных режимов и ограничений обменных операций, что сопровождается угрозой возникновения открытых валютных позиций и вероятностью финансовых потерь банка.

Инвестиционные опасности сопровождаются рисками обесценивания активов и финансовых вложений субъектов под воздействием рыночной конъюнктуры и инфляционных процессов в экономике.

Кредитные опасности приводят к появлению риска увеличения проблемной задолженности из-за непогашения полученных ссуд, что сопровождается неблагоприятным изменением структуры денежных потоков банка и ростом депозитного риска [5].

Для того, чтобы выявить те виды рисков, которые в конкретной ситуации могут вызвать опасность реальных финансовых потерь банка или банковской системы в целом, необходимо, прежде всего, выделить показатели, характеризующие структуру выделенных нами факторов риска (таблица 2).

Таблица 2 – Показатели факторов риска

Виды опасностей	Показатели риска	Формула расчета	Обозначения
1. Процентные опасности	1.1 Базисный риск	$O_{\text{баз.}} = E_{\text{кр.}}/г$	$E_{\text{кр.}}$ (Е деп.) – ставки по новым кредитам (депозитам) $г$ – ставка рефинансирования
	1.2 Маржевой риск	$O_{\text{марж.}} = (E_{\text{кр.}} - E_{\text{деп.}})/г$	
2. Валютные опасности	2.1 Конвертационный риск	$O_{\text{конв.}} = EUR, USD$	EUR, USD – кросс-курс евро в долларах США
	2.2 Курсовой риск	$O_{\text{курс.}} = USD, BYN$	USD, BYN – прямой курс 1 USD
3. Инвестиционные опасности	3.1 Рыночный риск	$O_{\text{рын.}} = P_{\text{ср.}}/г$	$P_{\text{ср.}}$ – рентабельность, $У_{\text{инфл.}}$ – уровень инфляции
	3.2 Инфляционный риск	$O_{\text{инфл.}} = г / У_{\text{инфл.}}$	
4. Кредитные опасности	4.1 Кредитный риск	$\text{Экр.} = K / \text{ВВП}$	Экр. (деп.) – эффективность использования кредитов (депозитов), K – сумма новых кредитов, D – сумма привлеченных депозитов
	4.2 Депозитный риск	$\text{Э деп.} = K / D$	

С учетом результатов выполненной структуризации рисков и опасностей в банковской сфере нами предлагается модель, с помощью которой можно своевременно выявлять те виды рисков, которые вызывают реальные опасности. Она представляет собой многоосевую диаграмму, по осям которой располагаются показатели, характеризующие главные опасности банковской деятельности. Количественное измерение степени риска по каждому показателю производится на основе статистических методов оценки вариации динамических рядов. При этом рассчитываются такие показатели, как:

- средний уровень ряда, составленного на основании официальных статистических данных за 5-летний период (2016 – 2020 гг.) для каждого вида опасности;
- линейные и квадратичные отклонения от него;
- дисперсия и среднее квадратичное отклонение;
- коэффициент вариации, характеризующий степень риска.

На осях ногевекторной диаграммы построено эталонное поле (критериальная зона), отражающее статистические критерии риска: - $kvar \leq 20\%$ – минимальный риск; - $kvar: 20 - 50$ – средний риск; - $kvar: 50 - 70$ – допустимый риск; - $kvar > 70\%$ – критический риск. Таким образом, на диаграмме выделено 4 зоны, в одну из которых могут попасть расчетные значения показателей, с помощью которых можно оценить вероятность опасности финансовых потерь. Так, в зоне минимального риска наступление опасности маловероятно, средняя зона риска характеризует незначительную вероятность появления опасности, в зоне допустимого риска опасность значительна и требует конкретных мер по ее предупреждению, зона же критического риска означает реальную угрозу финансовой стабильности банковской деятельности.

Предложенный нами метод реализован на примере показателя кредитного риска банковской системы Республики Беларусь, определяемого при помощи оценки эффективности кредитных ресурсов, выданных нефинансовому сектору, по отношению к ВВП в каждом периоде (таблица 3).

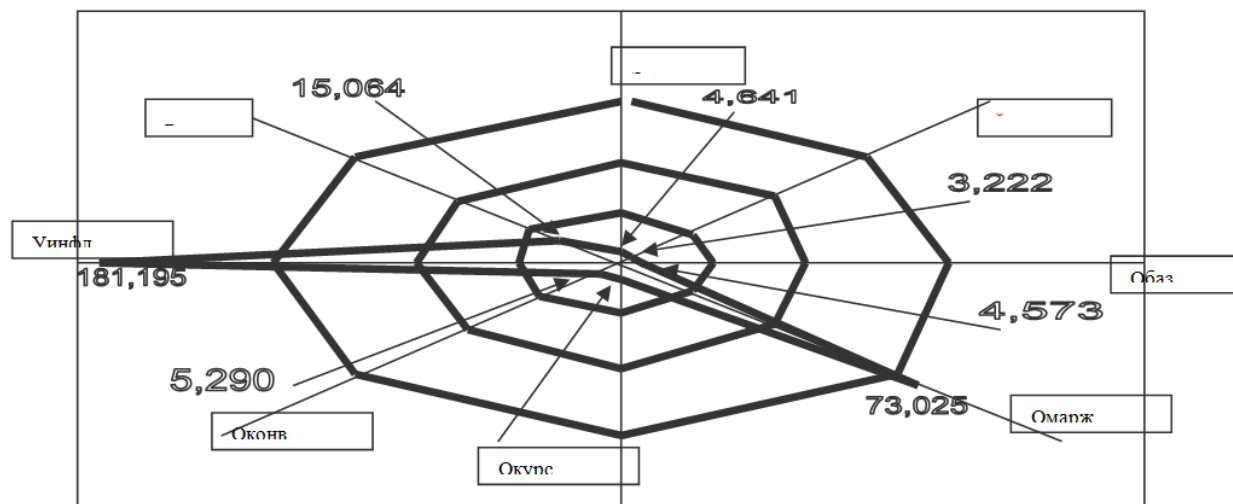
Таблица 3 – Анализ коэффициента вариации показателя кредитного риска

Расчетные показатели	2016	2017	2018	2019	2020 (1-е полугодие)	Примечание
ВВП	94,300	105,199	121,600	132,000	66.298	Млрд руб.
Кредиты нефинансовому сектору	18,076	24,508	31,910	46,964	14.894	Млрд руб.
Эффективность кредитов, %	19,17	23.30	26.24	35.58	22.47	$\text{Экр.} = K / \text{ВВП}$ $\text{Э ср.} = 25.25\%$
Линейное отклонение от Эср.	-6.08 %	-1.95 %	0.99 %	10.33 %	-2.78	$q - q_{\text{ср.}}$
Квадрат линейного отклонения	36.97	3.80	0.98	106.71	7.73	$(q - q_{\text{ср.}})^2$
Ср. квадратичное отклонение	$\sigma = \sqrt{\sum(q - q_{\text{ср.}})^2 / (n - 1)} = \sqrt{156.19 / 4} = 12.50 / 4 = 3.12$					$\sigma = \sqrt{\sum(q - q_{\text{ср.}})^2 / (n - 1)}$
Коэффициент вариации	При вероятности $t = 0.994$ ($t=2$) $kvar. = q_{\text{ср.}} + t \cdot \sigma = 25.25\% + 3.12\% = 28.37\%$ – средняя степень риска					$kvar. = q_{\text{ср.}} + t \cdot \sigma$

Анализ показал, что в анализируемом периоде степень риска по данному фактору с вероятностью 0.994 составляет 28.37 %. Это соответствует зоне среднего риска, в которой появление опасности возможно, но ее финансовые угрозы незначительны.

Однако выявленная нами тенденция роста объема кредитования в структуре ВВП может привести к ухудшению ситуации в сфере кредитного обслуживания из-за усиления системного риска в банковской системе в целом. В то же время низкий уровень индикатора в 2016, 2017 и 2020 годах свидетельствует о снижении кредитной активности коммерческих банков и необходимости увеличения доли кредитов нефинансовому сектору в ВВП, что должно способствовать экономическому росту [2].

Аналогичные расчеты выполняются по всем восьми индикаторов риска, описанным в таблице 2, на основе чего строится многоосевая диаграмма, примерный вид которой показан на рисунке 2.



Данный этап исследования использует информационную базу, составленную по аналитическим обзорам Национального банка Республики Беларусь [3,4]. Расчетные индикаторы определялись с помощью электронных таблиц EXCEL, нанесенные на диаграмму значения большинства показателей попали в первую и вторую зоны (зону минимального и среднего риска) [6]. Как показал анализ, наиболее опасным риском в экономике является инфляционный, усугубившийся из-за перманентной девальвации национальной валюты. В зоне критической опасности находится также показатель опасности разрыва. Поэтому в сложившейся ситуации как банковскому, так и реальному секторам белорусской экономики необходимо особое внимание уделять снижению инвестиционных опасностей, возникающих вследствие инфляционного риска, и процентных опасностей как проявлению опасности разрыва.

Литература

1. Говтвань, О.Дж. Системный риск в финансовой сфере: теоретический анализ и подходы к оцениванию / О.Дж. Говтвань, А.К. Мансуров // Проблемы прогнозирования. – 2011. – № 2. – С. 24-36.
2. Тишко, Д.О. Современные инструменты регулирования системных рисков банковских учреждений в Республике Беларусь / Д.О. Тишко // Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов / Брест: Издательство БрГТУ, 2019. – Ч. 2. – С. 234-236.
3. Банки и НКФО // Официальный сайт НБ Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/system/banks/list>. – Дата доступа: 13.11.2020.
4. Аналитическое обозрение «Основные тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере Республики Беларусь». // Официальный сайт НБРБ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/ectendencies>. – Дата доступа: 15.11.2020.
5. Обухова, И.И. Оценка кредитных опасностей в инновационной экономике / И.И. Обухова // «Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы»: Пермский НИПУ, 27 апреля 2017 г. : Материалы VI МНПК. – Пермь, 2017 г. – С. 202-215

6. Обухова, И.И. Учет трансмиссионных эффектов денежно-кредитной политики в системе банковского риск-менеджмента / И.И. Обухова, С.А. Педа // Вестник БрГТУ. – 2011. – № 3(69): Экономика. – С. 19-23.

В.В. Ожигина
БГЭУ, Минск, Беларусь

V.V. Ozhigina
BSEU, Minsk, Belarus

МЕЖДУНАРОДНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

INTERNATIONAL INTEGRATION IN MODERN CONDITIONS

В статье охарактеризованы тенденции развития международной экономической интеграции в условиях цифровизации и глокализации мировой экономики, нарастания конфликтности и изменчивости, перехода к новому технологическому укладу и сетевым формам производственной кооперации, модификации отраслевой структуры, смены лидеров и институтов.

The article outlined trends in international economic integration in the context of the digitalization and globalization of the world economy, the growing conflict and variability, the transition to a new technological level and network forms of production cooperation, the modification of the industry structure, the change of leaders and institutions.

Мировые процессы международной экономической интеграции начались еще в 1950-е годы и с 2005-2007 гг. вступили в новую фазу своего развития, претерпев ряд изменений, вызванных следующими причинами:

– сменились технологические уклады – произошел переход от III-VI укладов (именно они легли в основу развития международной экономической интеграции первого поколения; используются энергия электричества, нефти, газа и атома, синтетические материалы, телефон, радио), к V (с 1990 г. используются компьютеры, телекоммуникации, новые виды энергии и материалов) с перспективой VI (с 2010 г. нанотехнологии) и VII укладов (с 2060 г. когнитивные технологии), что влечет за собой изменения в видовой структуре производства и формах международной производственной кооперации;

– в отраслевой структуре в 1950-1980-е гг. основу микроуровня международной экономической интеграции составляла промышленность (началось все с угольной и сталелитейной промышленности, позже подключились химия и машиностроение, электротехническая промышленность), с 1990-х гг. – высокотехнологичная промышленность V уклада (микроэлектроника и вычислительная техника, робототехника, космическая, авиа-, оптико-волоконная техника, биотехнологии, геновая инженерия), активно подключилась сфера услуг (телекоммуникации, спутниковая связь, интернет, программное обеспечение, наука и образование, финансы, высокоскоростной транспорт), с 2010 г. зарождается промышленность и сфера услуг VI уклада (наноэлектроника, нанофотоника, нанобиотехнологии и др.) [1];

– в формах международной производственной кооперации на смену жестким, формальным, иерархичным организационным формам (концерн, холдинг) приходят гибкие, адаптивные, коллективные, горизонтальные (стратегический альянс, сеть, кластер как сеть; сеть сетей, сеть кластеров), естественно складываются, быстро разрастаются и гибко меняют свои экономические границы и конфигурацию глобальные производственно-сбытовые, информационно-инновационные и финансовые сети международного производства, границы которых не совпадают с искусственными негибкими границами стран и их интеграционных групп. Сети, которые составят основу интеграции на микроуровне в ближайшем будущем, включают учреждения науки и образования, крупные корпорации, малый и средний бизнес, органы государственного правления в сферах производства товаров, услуг, объектов

интеллектуальной собственности, использующих технологии VI уклада. Благодаря им из объектов интеграции бизнес, наука, образование, вступая в государственно-частное партнерство, превращаются в ее субъектов [2, с. 8, 30]. Примером являются кластеры, ориентированные на исследования в ЕС, включающие субъектов разных стран-участниц, сотрудничающие с кластерами других стран-участниц или с субъектами и кластерами третьих стран [3, с. 9]. Пока модели отношений внутри новых сетей и между ними отрабатываются в рамках интеграционных объединений, постепенно новые формы кооперации адаптируются к сотрудничеству с третьими странами и начнут интегрироваться в глобальную экономику;

– проблемы в экономике стран Запада, глобальные кризисы, кризис американско-европейской гегемонии (западной, атлантической цивилизации, США, ЕС, НАТО), противоречия между США и ЕС и внутри ЕС, рост доминирования стран Востока (Китай, Индия, АСЕАН и др.), ослабление старого Центра и рост агрессии с его стороны (протекционизм, санкции, торговые, информационные, гибридные войны, пандемии);

– асимметрия, неравномерность, поляризация развития мировой экономики, противоречия между центром и периферией, неравенство, обострение проблемы бедности, глобальные дисбалансы между центром и периферией, их темпами роста, реальным и финансовым сектором экономики, ценами на ресурсы и готовую продукцию, темпами эволюции природы и общества, темпами роста экономики и населения развивающихся стран;

– отказ от навязанных западными странами демократических режимов и установление авторитарных и тоталитарных режимов на периферии, усиление глокализации на периферии и в новом центре мировой экономики;

– столкновение, конфликт цивилизаций (западной и исламской, китайской и евразийской, западной и евразийской), активизация терроризма, антиглобализма, локальных войн, цветных революций, в т. ч. на разломе цивилизаций (Афганистан, Ливия, Йемен, Сирия, Ирак, Украина, Южная Осетия, Руанда, Кения, Чад, Сомали, Тунис, Бахрейн);

– разрушение старых политических и социальных структур, мешающих дальнейшему экономическому и социально-политическому развитию [4, с. 317-319, 324-326, 274], модернизация международных экономических организаций;

– усиление изменчивости развития мировой экономики: нестабильность экономического роста, нелинейность развития, неопределенность и вероятность свертывания глобализации, гиперконкуренция, быстрая смена технологий, сокращение длительности циклов.

Под воздействием этих изменений международная экономическая интеграция с 2005-2007 гг. сопровождалась следующими тенденциями:

– сворачивание гиперактивной глобальной интеграции, характерной для периода 1969-2005 гг., спад активности подписания соглашений о свободной торговле (ССТ), связанный с усилением кризиса мировой экономики, протекционизма и конфликтности, проблемами международных организаций, перестройкой системы регулирования мировой экономики и изменением мирового порядка, конкуренцией интеграционных сообществ за привлечение новых стран-участниц, консолидацией ранее подписанных двусторонних ССТ в рамках многосторонних, исчерпанием возможностей интеграционной политики формирования блока;

– появление нового поколения ССТ, инициированного новыми центрами (первопроходцем стал Сингапур, предложивший так называемые «сингапурские вопросы»), вносящего изменения в правила игры, предлагающего регулятивно-институциональные инновации, нередко противоречащие существующим нормам ВТО в отношении ССТ либо модифицирующие (ВТО-плюс), дополняющие (ВТО-экстра) или даже отрицающие их (ВТО-минус) и, таким образом, претендующие на изменение части мирового порядка;

– деградация и дезинтеграция старых центров интеграции, кризис их интеграционных сообществ и появление новых центров, активизация их интеграции между собой и со старыми центрами, а также начало экспансии на географически более удаленную периферию (межрегионально, за пределами их макрорегионов) и транзитивные экономики, что теперь уже не для старого, как ранее, а для нового центра означает отток ресурсов из нового центра на периферию;

– обновление ССТ между странами старого центра в надежде решения назревших проблем (ЕС, БЕНИЛЮКС, ЕАСТ, НАФТА, АНЗЦЕРТА, ССТ Израиля с ЕС, США, Канадой и ЕАСТ);

– появление мегарегиональных ССТ между географически удаленными странами старого центра, находящимися в разных макрорегионах (Европа, Америка, Азия и др.) в конкурентной борьбе с новым центром за установление правил игры;

– переориентация интеграционной экспансии старого центра с транзитивных экономик (которые были в основном освоены в предыдущей фазе, остались лишь более географически удаленные – Западные Балканы и СНГ) на периферию (для содействия экономическому развитию) и усиление его взаимодействия с новым центром (по инициативе последнего);

– появление новых центров интеграции, значительная активизация их интеграции между собой и со старыми центрами (по сравнению с предыдущей фазой), а также начало экспансии на географически более удаленную периферию (межрегионально, за пределами их макрорегионов) и транзитивные экономики;

– инициирование новыми и старыми центрами, а также ЕАЭС конкурирующих между собой панидейных, панконтинентальных проектов в локальных интеграционных регионах, в т.ч. включающих страны периферии, а также межблоковых проектов, попытка с помощью них разрушить трилатераль, характерную для старого мирового порядка, и создать новый порядок (антитрилатераль, многополярный мир, мир цивилизаций, больших пространств) [2, с. 30-31];

– обновление, углубление и расширение интеграции в союзах, созданных с участием новых центров и периферии, а также между странами периферии (появляются новые, в основном, двусторонние межрегиональные ССТ, но они не многочисленны, т. к. количество новых ССТ между периферией из числа транзитивных и развивающихся экономик в целом снижается);

– приостановка характерного для предыдущей фазы подписания многочисленных двусторонних ССТ между транзитивными экономиками и их консолидация в более крупные проекты, обновление, углубление и расширение союзов между ними, подписание их ССТ не только со старыми и новыми центрами, но и с периферией;

– отсутствие прогресса переговоров Доха раунда по правилам ВТО, регулирующим ССТ.

Кроме этого, вследствие изменения микроэкономической основы интеграции изменилось и содержание самих ССТ, методов и инструментов регулирования и либерализации международных экономических отношений между их странами-участницами:

– выросла доля ССТ, углубляющих устранение, гармонизацию нетарифных барьеров в торговле товарами, услугами и объектами интеллектуальной собственности: тарифных квот, количественных ограничений, правил происхождения, экспортных барьеров, мер в отношении платежного баланса, госзакупок;

– появилось больше ССТ, направленных не только на регулирование в соответствии с нормами ВТО, но и на либерализацию (взаимное признание, гармонизацию, запрещение применения) во взаимной торговле товарами и/или услугами санитарных и фитосанитарных, технических, защитных, антидемпинговых, компенсационных мер и субсидий;

– снижение транзакционных издержек, упрощение процедур торговли (например, минимальные правила, облегчающие правила происхождения, прозрачность санитарных и фитосанитарных, технических мер) и условий ведения бизнеса в целом (в отношении торговли, инвестиций, собственности, налогов, инфраструктуры);

– больше ССТ направлено на либерализацию торговли услугами, объектов интеллектуальной собственности, миграции капитала, трудовых ресурсов и физических лиц, гармонизацию внутреннего регулирования, правил в отношении конкуренции и монополий, что делается для упрощения и гармонизации условий для развития зарубежного производства и глобальных цепочек создания собственности;

– содействие инновациям, производительности и конкурентоспособности, бесперебойной торговле, зеленой и цифровой экономике, устойчивому развитию, электронной коммерции, научно-техническому сотрудничеству, решению трудовых и гендерных вопросов, развитию безбумажной и инклюзивной торговли (участие малого бизнеса, укрепление торгового потенциала);

- регулирование сотрудничества в области науки, технологий и инноваций;
- развитие инновационной, информационно-коммуникационной инфраструктуры;
- формирование кластерно-сетевых форм отношений;
- снижение транзакционных издержек, упрощение торговли и инвестиций;
- устойчивое развитие (включение целей устойчивого развития в ССТ) и инклюзивный рост (участие малого и среднего бизнеса, регионов, национальных меньшинств, менее развитых стран, различных заинтересованных сторон в процессе интеграции);
- эволюция, пересмотр и расширение ССТ (живые соглашения);
- модификация механизмов разрешения споров.

Итак, на фоне антиглобализма, цифровизации и глокализации мировой экономики, нарастания конфликтности, агрессии, протекционизма, изменчивости, поляризации и асимметрии, перехода к новому технологическому укладу, гибким, адаптивным, коллективным, сетевым формам производственной кооперации, изменения отраслевой структуры, лидеров и институтов, усугубления проблем в экономике стран Запада, кризиса американско-европейской гегемонии, нарастания противоречий между США и ЕС и внутри ЕС происходит сворачивание гиперактивных глобальных интеграционных процессов, появление нового поколения ССТ и новых лидеров интеграции, изменение правил игры, появление мегарегиональных ССТ, переориентация интеграционной экспансии старого центра с транзитивных экономик на периферию и усиление его взаимодействия с новым центром, инициирование новыми и старыми центрами конкурирующих между собой панидейных, панконтинентальных проектов, изменение методов и инструментов регулирования и либерализации международных экономических отношений между странами-участницами интеграционных соглашений.

Литература

1. Ожигина, В.В. Сотрудничество в машиностроительной промышленности в ходе международной экономической интеграции / В.В. Ожигина // Актуальные проблемы экономики и управления на предприятиях машиностроения, нефтяной и газовой промышленности в условиях инновационно-ориентированной экономики. – 2015. – Т. 1. – С. 594-604.
2. Ожигина, В.В. Международная экономическая интеграция: учебное пособие / В.В. Ожигина, О.Н. Шкутько, Е.Н. Петрушкевич; под ред. В.В. Ожиговой. – Минск: БГЭУ. – 2017. – 431 с.
3. Research Driven Clusters in Europe: Overview // InnoSee [Electronic resource]. – 2012. – Mode of access: http://www.asevinnova.it/wp-content/uploads/2012/07/Research-driven-clusters-in-Europe_Overview.pdf. – Date of access: 02.11.2020.
4. Пантин, В.И. Философия исторического прогнозирования: ритмы истории и перспективы мирового развития в первой половине XXI века / В.И. Пантин, В.В. Лапкин. – Дубна: Феникс+, 2006. – 448 с.

А.Г. Проровский

Брестский государственный технический университет
Брест, Республика Беларусь

A.G. Prarouski

head of the department of world, economy, marketing, investment BrSTU

ПАНДЕМИЯ 2020 ГОДА: ПРИОРИТЕТЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE 2020 PANDEMIC: INVESTMENT PRIORITIES

Аннотация. В статье проведен анализ инвестиционной деятельности в условиях пандемии КОВИД-19, вызвавшей мировой экономический кризис. Сделаны выводы о том, что пандемия стала катализатором цифровизации мировой экономики. И те страны и предприятия, которые быстро адаптируются к новым условиям, окажутся лидерами нового экономического цикла.

Annotation. The article analyzes investment activity in the context of the COVID-19 pandemic that caused the global economic crisis. It is concluded that the pandemic has become a catalyst for the digitalization of the world economy. Both countries and businesses that quickly adapt to new conditions will be the leaders of the new economic cycle.

Пандемия Covid-19 вызвала глобальный гуманитарный, социальный и экономический кризис. Бедность возрастет впервые с 1998 года, когда будут потеряны сотни миллионов рабочих мест и пострадают источники средств к существованию. Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) упадут до 1 трлн дол. в 2020 г [1].

Многие рабочие места, сокращенные из-за пандемии, зависят от инвестиций и операций транснациональных корпораций (ТНК), их покупателей и поставщиков в глобальных производственно-сбытовых цепочках. Но прямые иностранные инвестиции сократятся, по меньшей мере, на 30 % в 2020 году – это означает, что будет создано меньше рабочих мест, чем ожидалось.

Новые ПИИ в 2019 году ежемесячно создавали почти 80 000 новых рабочих мест в странах ОЭСР и более 100 000 в развивающихся странах. Сокращение ПИИ в новые отрасли в начале 2020 года сократило потенциальное создание рабочих мест почти на 50 %, а это означает, что до 500 000 рабочих мест, которые можно было бы ожидать создать в первые пять месяцев 2020 года, так и не материализовались. ПИИ в экономику Республики Беларусь и до пандемии редко превышали 2 млрд дол. в год (рисунок 1) [2].

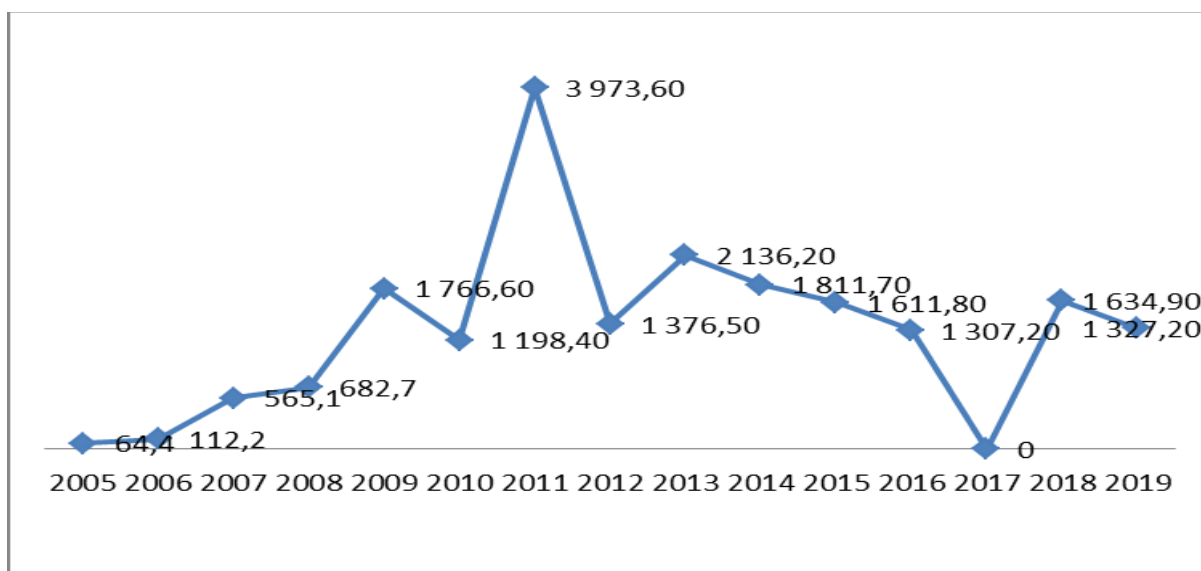


Рисунок 1 – Прямые иностранные инвестиции на чистой основе, млн долларов США [2]

В странах ОЭСР новые частные инвестиции, поступающие в инфраструктуру и сферу услуг, защитили эти экономики от серьезного падения ВВП, сокращения рабочих мест и даже к небольшому восстановлению занятости в июне и июле 2020 года.

В то же время развивающиеся страны пострадали от резкого сокращения ПИИ в инфраструктуру, автомобилестроение, потребительскую электронику, текстильную промышленность и бизнес-услуги, что затруднило создание рабочих мест. Эти секторы, как правило, являются массовыми создателями рабочих мест и получали крупные инвестиции до пандемии. Создание рабочих мест за счет ПИИ остается низким в развивающихся странах с марта 2020 года. Страны с привлекательными агропродовольственными и коммуникационными секторами переживают кризис с меньшим ущербом, поскольку ПИИ в эти сектора, создающие рабочие места, возросли во время кризиса.

Кризис заставил иностранных инвесторов свернуть свою деятельность в принимающих странах, что негативно сказалось на рабочих местах, доходах и средствах к существованию. Некоторые иностранные фирмы смогли оградить свою рабочую силу от такого воздействия, но многим пришлось уволить работников или сократить рабочее время. Иностранные фирмы

считают, что сокращение персонала во время кризиса приведёт к существенным потерям конкурентоспособности и помешает быстрому росту после кризиса.

Приоритетной задачей для компаний, работающих во время пандемии, является защита здоровья и безопасности работников, а также снижение их подверженности воздействию Covid-19 на рабочем месте. Это может быть особенно сложно в таких секторах, как швейная промышленность, строительство или здравоохранение.

Иностранным фирмам удалось относительно лучше, чем их отечественным коллегам, адаптировать свой образ действий к новым реалиям бизнеса и работы, созданным кризисом: 30 % иностранных фирм, опрошенных Всемирным банком в 2020 году, начали или увеличили свою онлайн-активность по сравнению с 25 % своих внутренних конкурентов. Аналогичным образом почти 50 % иностранных компаний либо начали, либо расширили дистанционную работу, в то время, как только 27 % местных фирм сделали это.

В отличие от отечественных предприятий, ТНК должны учитывать отличия в подходах к преодолению пандемии в различных странах, в которых они работают. Что может стать сложной задачей для компаний, которые используют единообразный глобальный менеджмент.

ТНК могут стать лидерами в разработке и внедрению новых телекоммуникационных технологий в бизнес-процессы. Это позволит им не только выжить в период пандемии, но и получить конкурентное преимущество.

Цифровая экономика набирает обороты, а удалённые рабочие места, телекоммуникационные образовательные технологии, электронная коммерция, киберспорт и телемедицина – все это ускоряется пандемией. Как только кризис утихнет, произойдет некоторый технологический возврат к своему доковидному состоянию. Однако большая часть цифрового ускорения окажется постоянной, а гибридные модели станут постоянными практиками.

С макроточки зрения цифровые платформы характеризуются низкими издержками и эффектом масштабирования бизнеса. Это создает рынки, где "победитель получает все", которые благоприятствуют глобальным чемпионам. Кроме того, бизнес-модель "легкий актив", в которой технологии все чаще заменяют капитал и рабочую силу, указывает на улучшение маржи свободного денежного потока и повышение рентабельности инвестиций. Это позволит многим компаниям увеличить дивиденды и выкуп акций, сохраняя общие коэффициенты выплат значительно выше исторических норм.

Цифровизация, автоматизация и глобализация существенно снижают транзакционные издержки и повышают эффективность бизнес-процессов, что приведет к существенному росту капитализации при повышенном интересе инвесторов.

2020 год стал глубоко трансформационным и шок от COVID стал катализатором цифровизации экономики. Этот радикальный переход особенно выгоден для бизнес-моделей с легким активом в технологическом, медицинском и коммуникационном секторах, но также ускорит развитие целого ряда отраслей, включая образование, телемедицину, электронную коммерцию и киберспорт.

Для инвесторов шок COVID лучше всего рассматривать как вынужденный эксперимент, вынуждающий большую часть экономики уйти в онлайн, в цифровую сферу, и предлагающий возможность оценить, что работает, а что нет. Пандемия значительно ускорила внедрение дистанционных видов деятельности, таких как работа, учеба, покупки, консультации с врачом.

С COVID-шоком цифровой бизнес процветает и завоевывает все большую долю рынка. Даже до пандемии цифровая экономика росла более чем в четыре раза быстрее, чем остальная экономика. Другие критические факторы включают в себя массовые улучшения в технологическом оборудовании, облачные вычисления, продолжающееся внедрение 5G и экспоненциальный рост эффективности ИИ.

В период с 1960 по 2000 год доля работников, работающих полный рабочий день на дому, никогда не превышала 3,5 %. За два десятилетия, прошедшие с 2000 года, эта доля медленно, но неуклонно росла до 5,5 %, а в 2020 она может достичь 37 %.

В этом году быстрый переход к дистанционной работе был обеспечен двумя условиями. Во-первых, возможностями технологического оборудования, широкополосной связью в жилых помещениях, облачными сервисами и возможностями видеоконференцсвязи. Во-

вторых, экономика теперь вращается вокруг услуг, а не производства, что позволило большинству компаний участвовать в эксперименте по возможностям удаленной работы.

Экономисты лихорадочно собирают данные, чтобы понять смысл эксперимента этого года, и до сих пор данные о производительности выглядят неоднозначными. Как бы то ни было, ясно, что характер работы сильно изменился. Для начала многие сотрудники поменяли фиксированные часы с 9 до 18 часов на фрагментированные графики “швейцарского сыра”, при этом рабочее время становится более гибким, ночной трафик электронной почты стремительно растет, разделение буднего дня на выходные почти исчезает, а деловые поездки резко падают.

Удаленная работа в компании Microsoft стала предметом июльского исследования в Harvard Business Review, которое показало, что встречи становились короче, но их было больше, так что общее время встреч фактически увеличилось на 10 % в целом. Анализ показал, что для компенсации отсутствия неформальных дискуссий было запланировано больше подключений. Сотрудники работали в среднем на четыре часа больше в неделю, так как появилась “ночная смена” и увеличилась работа в выходные дни, а руководители несут основную тяжесть перехода на удаленную работу.

Эти результаты были подтверждены июльским исследованием Гарвардской школы бизнеса. Она охватила большое число фирм и обнаружила, что по сравнению с уровнем до пандемии число встреч на одного человека увеличилось на 13 %, в то время как средняя продолжительность встреч сократилась на 20 %. Также выяснилось, что продолжительность среднего рабочего дня увеличилась на 8 % (50 минут).

Сфера туризма, в том числе делового, серьезно просела. И полного восстановления в ближайшее время не будет, фирмы ожидают сокращения своих ежегодных расходов на поездки на 30 %. Такое широкомасштабное сокращение расходов на поездки не только предполагает вялое и потенциально затянувшееся восстановление для индустрии путешествий, размещения и транспорта, но также указывает на то, что фирмы рассчитывают на переход от личных встреч к более дешевым виртуальным встречам.

В области образовательных технологий проявилась необходимость сделать онлайн обучение более эффективным. В середине апреля, на пике глобальной пандемии, 192 страны закрыли все свои учебные заведения (частичное закрытие было осуществлено шестью странами). По данным ЮНЕСКО, это затронуло ошеломляющие 1,6 миллиарда студентов и школьников во всем мире (90 % от общего числа учащихся). Те страны, которые не смогут организовать учебный процесс в условиях пандемии, а это беднейшие страны мира, получат эффект «потерянного поколения» и еще большего снижения конкурентоспособности их экономик.

Меняющаяся природа высшего образования была рассмотрена в статье для обложки журнала The Economist от 8 августа “отсутствующий студент: как COVID-19 изменит колледж”. Журнал подчеркнул, что лекции zoom ускоряют давнюю тенденцию, начатую такими провайдерами онлайн-образования, как Coursera. Он также отметил, что все большее число университетов предлагают обучение онлайн. По оценкам The Economist, в прошлом году треть аспирантов училась полностью онлайн, и теперь эта цифра будет расти. Как предполагает The Economist, мы являемся свидетелями беспрецедентной волны инноваций Edtech, еще до COVID-19 инвестиции в образовательные технологии выросли: глобальные инвестиции в Edtech достигли \$18,7 млрд в 2019 году по сравнению с \$16,8 млрд в 2018 году.

Хорошая новость заключается в том, что образование быстро выходит за рамки “мела и разговоров”, а компании Edtech не только предлагают самостоятельное электронное обучение, но и все больше делают акцент на обучении на основе искусственного интеллекта, инструментах смешанной реальности (с использованием AR и VR), геймификации и образовательных ботах (программах, которые могут взаимодействовать с пользователями). Такие передовые технологии обучения находятся в эпицентре глубоких инноваций, а глобальные доходы по прогнозам увеличатся в среднем на 25 % в течение следующих пяти лет. Ожидается, что рост будет особенно сильным в сфере высшего и среднего образования, а также в корпорациях (включая здравоохранение) и государственных учреждениях (например, в сфере подготовки военнослужащих).

Для обеспечения устойчивого функционирования белорусской экономики крайне необходимо выходить на положительный баланс внешней торговли. Однако обеспечить устойчивое превышение экспорта над импортом нам не удастся (рисунок 2).

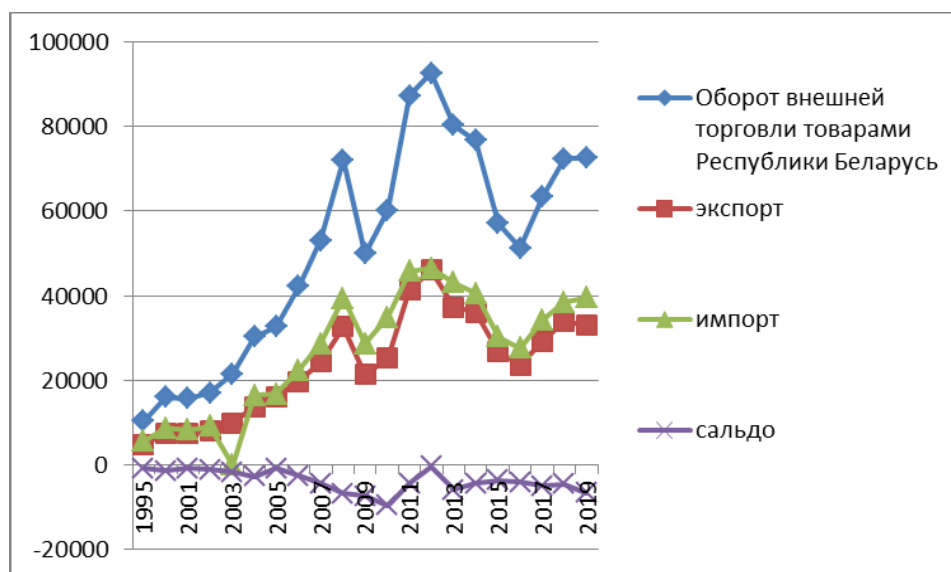


Рисунок 2 – Оборот внешней торговли товарами Республики Беларусь, млн долларов США [2]

Для изменения структуры белорусской экономики необходимо опережающее развитие наукоемких и инновационных отраслей. В республике много делается для развития инновационной деятельности, но инновационность ВВП (рисунок 3) отстает от аналогичного показателя высокоразвитых стран (3%).

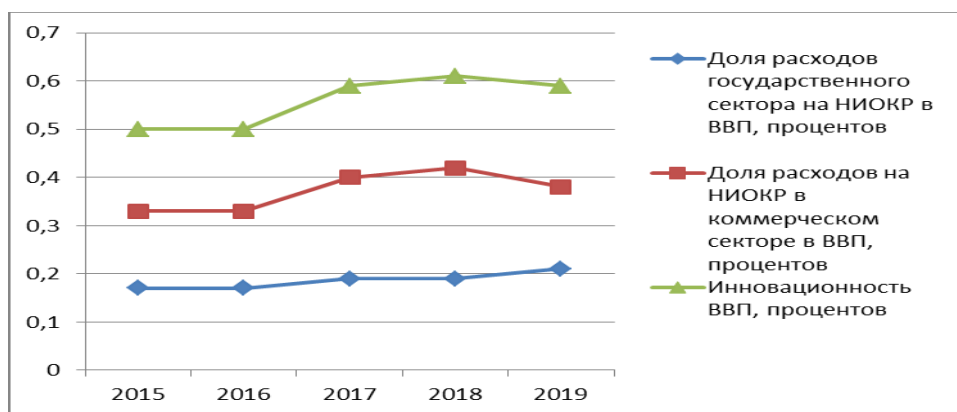


Рисунок 3 – Инновационность экономики Республики Беларусь [2]

Перед Республикой Беларусь стоят очень серьезные задачи, решив которые мы выйдем на период устойчивого развития [3]:

1. Неравномерное развитие регионов страны. Для устойчивого развития необходимо создать возможности для самореализации человеку, проживающему в любом населенном пункте страны.

2. Логистика. У экономики Республики Беларусь есть возможность еще лучше использовать географическое положение страны для наращивания экспорта логистических услуг.

3. Экспорт. Для возможности стимулирования экономики Республики Беларусь необходимо добиться положительного платежного сальдо, и развитие экспорта является основным направлением.

4. Инновации. Только инновационный путь развития экономики Республики Беларусь способен вывести на новый уровень ВВП страны и доходы населения.

Заключение

COVID-19 как катализатор виртуальной экономики: 2020 год будет глубоко трансформационным, и шок от COVID-19 стал катализатором цифровизации и виртуализации экономики.

С макроточки зрения это означает экономику, основанную на активах, в которой технологии заменяют капитал и труд. Понимание того, как компании будут адаптировать свои бизнес-модели, имеет ключевое значение для оценки их способности генерировать свободный денежный поток на устойчивой основе. В свете этого вопрос: “Какова ваша бизнес-стратегия в цифровую эпоху?” – стал одним из важнейших вопросов для управленческих команд.

Литература

1. Организация Объединённых Наций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_overview_ru.pdf – Дата доступа: 08.11.2020.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 08.11.2020.
3. Актуальные проблемы современных экономических систем: сб. науч. тр. / Брестский гос. техн. ун-т ; под редакцией А.Г. Проровского. – Брест: издательство БрГТУ, 2019. – 187 с.

Д.Б. Рудницкий

Витебский государственный технологический университет,
Витебск, Беларусь

D.B. Rudnitski

Vitebsk State Technological University,
Vitebsk, Belarus

ЭКСПОРТ КАК ФАКТОР ОЦЕНКИ И ПОВЫШЕНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

EXPORT AS A FACTOR FOR ASSESSING AND IMPROVING THE GLOBAL COMPETITIVENESS OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

В статье рассмотрены актуальные проблемы оценки и повышения глобальной конкурентоспособности Республики Беларусь в условиях цифровизации экономики. Рассмотрены современные цифровые технологии, являющиеся базисом для создания электронных площадок экспорта товаров и услуг. Изучены перспективы развития экспорта товаров и услуг на базе цифровых технологий.

The article deals with current problems of assessing and improving the global competitiveness of the Republic of Belarus in the context of digitalization of the economy. Modern digital technologies that are the basis for creating electronic platforms for the export of goods and services are considered. The prospects for the development of exports of goods and services based on digital technologies are studied.

В условиях глобализации мировой экономики возрастают объемы международной торговли, что приводит к усилению международной конкуренции. Для любой страны в этих условиях важно наращивать объемы экспорта. Это объясняется следующими факторами:

- 1) экспорт способствует росту ВВП страны и позволяет организациям создавать новые высокопроизводительные рабочие места, стимулируя занятость населения;
- 2) рост экспорта позволяет укрепить положение национальной валюты и способствует сбалансированному торговому балансу в государстве;

3) экспорт позволяет активизировать инвестиционный спрос и увеличить заказы в смежных отраслях;

4) экспортный сектор, чтобы конкурировать на внешних рынках, должен развивать и распространять инновационные технологии, заимствовать передовые научные разработки за рубежом.

Таким образом, экспорт товаров, работ и услуг оказывает влияние на конкурентоспособность национальной экономики. Это утверждение находит свое методологическое подтверждение в расчете показателя конкурентоспособности экономики страны.

В современной экономической литературе существует несколько подходов к оценке конкурентоспособности национальной экономики: 1) концепция Майкла Портера; 2) методология измерения конкурентоспособности Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР); 3) подход к определению конкурентоспособности Всемирного экономического форума (WEF); методика измерения страновой конкурентоспособности Международного института управленческого развития (IMD).

Майкл Портер выделяет четыре тесно связанных между собой фактора достижения конкурентоспособности страны, называемых ромбом конкурентоспособности: 1) развитую инфраструктуру: информационную, дорожную, финансовую, научную, а также качество человеческого капитала; 2) институциональные условия, в первую очередь правила, регулирующие условия ведения бизнеса и влияющие на экономику; 3) особенности внутреннего спроса, который влияет на набор товаров, производимых для потребления внутри страны, и влияет на объем инвестиций; 4) наличие в стране поддерживающих отраслей, которые, в свою очередь, влияют на возникновение производственных кластеров, определяющих специфику странового экспорта [1].

В методике ОЭСР национальная конкурентоспособность понимается в терминах конкурентоспособности товаров и услуг конкретной страны в сравнении с товарами других стран. Методика ОЭСР предполагает расчет двух основных параметров конкурентоспособности: импорта и экспорта.

Расчет конкурентоспособности по методике ОЭСР предполагает измерение относительной привлекательности товаров конкретной страны на внутреннем рынке и на рынке других стран. Конкурентоспособность страны по импорту определяется стоимостной привлекательностью внутренних товаров конкретной страны в сравнении с импортированными. В свою очередь, конкурентоспособность страны по экспорту рассчитывается как сравнение экспортной цены на товар с ценой товаров других экспортеров на всех рынках, на которых представлен товар конкретной страны [2].

Всемирный экономический форум ежегодно публикует отчет по конкурентоспособности экономик ряда стран, в котором конкурентоспособность измеряется на основе двух индексов: индекса глобальной конкурентоспособности (GCI) и индекса деловой конкурентоспособной активности (BCI). Индекс глобальной конкурентоспособности составлен из 113 переменных, которые детально характеризуют конкурентоспособность стран мира, находящихся на разных уровнях экономического развития.

Все переменные объединены в 12 контрольных показателей, определяющих национальную конкурентоспособность: 1) качество институтов; 2) инфраструктура; 3) макроэкономическая стабильность; 4) здоровье и начальное образование; 5) высшее образование и профессиональная подготовка; 6) эффективность рынка товаров и услуг; 7) эффективность рынка труда; 8) развитость финансового рынка; 9) уровень технологического развития; 10) размер внутреннего рынка; 11) конкурентоспособность компаний; 12) инновационный потенциал [3].

Одним из факторов для оценки стадии развития конкурентоспособности страны являются показатели, характеризующие экспорт (доля страны в мировом экспорте, темпы роста экспорта; доля трудоемких и сырьевых отраслей, капиталоемких отраслей, отраслей высоких технологий; доля услуг в ВВП).

Международный институт управленческого развития для оценки глобальной конкурентоспособности стран использует четыре группы факторов, каждая из которых, в свою очередь, включает пять групп критериев: 1) экономическая среда (внутренняя экономика, внешняя торговля, иностранные инвестиции, уровень занятости, уровень цен); 2) эффективность

правительства (государственные финансы, фискальная политика, институциональное устройство, бизнес-законодательство, общественное устройство); 3) эффективность бизнеса (производительность, рынок труда, финансы, практика управления, отношения и ценности); 4) инфраструктура (базовая инфраструктура, технологическая инфраструктура, научная инфраструктура, здоровье и окружающая среда, образование) [4].

Кроме представленных выше подходов, существует методика оценки конкурентоспособности страны российского ученого, профессора Высшей школы экономики Е. Ясина. Он выделил четыре видовые группы конкурентоспособности: 1) внешнюю конкурентоспособность, 2) внутреннюю конкурентоспособность, 3) конкурентоспособность по ресурсам, 4) конкурентоспособность институтов [5].

Внешнюю конкурентоспособность Е. Ясин определяет как способность экономики страны продавать товары и услуги на мировых рынках, наличие в структуре экспорта достаточного количества товаров и услуг, обеспечивающего устойчивость платежного баланса страны [5].

В рамках данной видовой группы можно выделить такой показатель конкурентоспособности национальной экономики как экспорт. Он позволяет определить спрос на производимые продукты на мировом рынке, а также способствует привлечению в страну денежной массы.

Таким образом, на основе анализа представленных подходов можно сделать вывод, что экспорт является важнейшим показателем оценки глобальной конкурентоспособности национальной экономики страны.

Республика Беларусь – страна с малой открытой экономикой и ограниченным количеством собственных природных ресурсов, что обуславливает высокую зависимость страны от внешней торговли. Вопросы развития экспортного потенциала и обеспечения сбалансированности внешней торговли Республики Беларусь приобрели исключительную значимость на современном этапе социально-экономического развития, поскольку внешний спрос на продукцию отечественных производителей является важнейшим фактором загрузки производственных мощностей, поддержания высокого уровня занятости и обеспечения динамичного роста экономики.

За последние десять лет экспортная емкость ВВП для Беларуси в среднем составляла около 63 %, значительно превышая уровень данного показателя в таких высокоразвитых странах, как Германия (43 %), Канада (32 %), Великобритания (28 %), Япония (16 %), США (12 %), что позволяет определять уровень вовлеченности Республики Беларусь в международные экономические отношения как высокий. Если же сравнивать со странами Центральной и Восточной Европы, которые также, как и Беларусь, не имеют выхода к морю и сопоставимы с ней по населению, то наблюдается примерное соответствие уровней: средний показатель экспортной емкости ВВП Чехии равен 69 %, Венгрии – 80 % [6].

Внешнеэкономическая деятельность Республики Беларусь предполагает осуществление многовекторной внешней политики и достижение устойчивого роста экспортного потенциала белорусской экономики в качестве основы для обеспечения внешней сбалансированности экономики и положительного счета текущих операций платежного баланса. Результатом эффективной реализации данных задач будет являться рост доли белорусских товаров и услуг на мировом рынке и выход на устойчивое положительное сальдо внешней торговли.

Вместе с тем возможности увеличения экспорта страны зависят от степени реализации приоритетов социально-экономического развития: инновационного развития экономики, благоприятной институциональной среды, инвестиционного климата, развития человеческого капитала, расширения и углубления интеграционных процессов, снижения импортной емкости экономики, товарной и региональной диверсификации экспорта.

На современном этапе перед Республикой Беларусь стоит важнейшая задача – переход экономики на инновационный путь развития. Цифровая трансформация становится магистральным путем инновационного развития мировой экономики. В соответствии с глобальным трендом Беларуси необходимо делать ставку на широкое распространение инноваций, совершенствование условий для осуществления научной, научно-технической и

инновационной деятельности, цифровизацию всех сфер жизнедеятельности и построение «ИТ-страны».

Ключевым направлением должно стать развитие национальной информационно-коммуникационной инфраструктуры и ее интеграция в мировую информационно-коммуникационную инфраструктуру. Большое значение необходимо уделить созданию цифровых платформ для конвергенции различных секторов экономики в рамках цифровизации страны. Весомым шагом должно стать развитие инфраструктуры облачных технологий (центров обработки данных). Основные усилия должны быть направлены на кадровое обеспечение ИТ-сектора и повышение цифровой грамотности населения.

Развитие промышленного комплекса Республики Беларусь должно быть нацелено на повышение его конкурентоспособности посредством реализации концепции четвертой промышленной революции, создания новых производств высоких технологических укладов и обеспечения экологической устойчивости производств.

Процесс цифровизации промышленного комплекса должен выстраиваться путем внедрения систем управления на основе высокоскоростной обработки данных, создания промышленных роботов, технологий трехмерной печати, полной цифровой интеграции инженерно-конструкторских работ по всей цепочке создания стоимости.

Особое внимание должно быть уделено формированию цифровых платформ взаимодействия промышленных организаций и созданию демонстрационных смарт-фабрик. Цифровизация традиционных видов деятельности предусматривает внедрение на крупных и средних промышленных организациях Беларуси автоматизированных систем управления товарными потоками, ERP-систем (enterpriseresourceplanning – планирование ресурсов предприятия) и CALS-технологий (continuousacquisitionandlifecyclesupport – непрерывная информационная поддержка поставок и жизненного цикла изделий); создание систем диспетчерского управления сбора данных (SCADA), SMC-систем (управление цепочками поставок). Необходимы меры по внедрению на предприятиях систем передачи и обработки данных в формате 5G с целью управления роботизированными производственными процессами и использования 3D-печати.

Важным направлением деятельности является формирование маркетинговых альянсов с предприятиями государств-членов ЕАЭС по продвижению совместно произведенной высокотехнологичной продукции на экспортные рынки третьих стран.

Таким образом, развитие экспорта и повышение конкурентоспособности Республики Беларусь возможно посредством роста инновационного потенциала и инновационной деятельности организаций, предусматривающего развитие национальной системы образования и научного обеспечения. Кроме этого, в условиях цифровой экономики формируются новые требования к информационно-коммуникационной среде экспорта. Глобальной тенденцией развития экспорта является увеличение электронных продаж и онлайн-экспорта. В этих условиях белорусским субъектам хозяйствования необходимо переходить от собственного интернет-сайта продаж, ориентированного на экспорт, на международные электронные торговые площадки и цифровые платформы электронных продаж (маркетплейсы): Alibaba, eBay, Amazon и др. Использование цифровых технологий экспортных продаж позволяет существенно увеличить количество покупателей без больших финансовых издержек, что является весьма актуальным для отечественных предприятий. Необходимо тесное партнерство органов государственного управления, отвечающих за развитие торговли и поддержку экспорта и бизнес-структур, ориентированных на развитие экспорта на базе цифровых технологий. Одним из перспективных вариантов может стать создание национальной цифровой платформы, обеспечивающей потребности экспорта товаров и услуг.

Литература

1. Porter, Michael E. (1998), *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press: New York.
2. OECD. 1997. *Industrial Competitiveness: Benchmarking Business Environments in the Global Economy*.

3. Kiel Institute for the World Economy. 2014. A New Global Index of In-frastructure: Construction, Rankings and Applications.
4. IMD. 2014. IMD World Competitiveness Yearbook.
5. Ясин, Е. Конкуренентоспособность и модернизация российской экономики / Е. Ясин // Вопросы экономики. – 2004. – № 7. – С. 4-32.
6. Абрамчук, Н. Оценка состояния внешней торговли Беларуси: товарный аспект / Н. Абрамчук // Банкаўскі Веснік. – 2016. – № 2 (631). – С. 46-53.

УДК 334.012.64(476)

Г.Г. Скопец

УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

G.G. Skopets

UO "Brest State Technical University",
Brest, Republic of Belarus

ДИНАМИКА МАЛОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

DYNAMICS OF SMALL BUSINESSES OF THE REPUBLIC OF BELARUS

В статье представлена характеристика малого предпринимательства Беларуси, сформулированы особенности и проанализированы показатели развития малого бизнеса Беларуси в период 2011-2019 годов.

Ключевые слова: малое предпринимательство, микроорганизации, малые предприятия, экспорт, рейтинг по легкости ведения бизнеса.

The article presents the characteristics of small business in Belarus, formulates the features and analyzes the indicators of the development of small business in Belarus in the period 2011-2019.

Key words: small business, microorganizations, small businesses, export, rating on ease of doing business.

В развитых странах малое предпринимательство играет существенную роль. Оно является стимулятором экономического развития, влияет на рост отдельных отраслей и экономики в целом. Отличаясь значительной гибкостью и мобильностью, малое предпринимательство само перераспределяет трудовые и финансовые ресурсы по различным отраслям. Оперативное реагирование на изменения конъюнктуры выявляет новые ниши, которые не выгодны крупным предпринимателям. При этом происходит установление равновесия в конкретных сегментах рынка. Малый бизнес выполняет функцию социального стабилизатора, то есть обеспечивает самозанятость разных слоев общества, снимая остроту проблемы безработицы и позволяет сохранить экосистемы.

В 2020 году в рейтинг Doing Business вошло 190 стран мира. Согласно этому рейтингу Всемирного банка по лёгкости ведения бизнеса наиболее благоприятные условия в Новой Зеландии, Сингапуре, Китае (точнее Гонконге). Беларусь как страна для ведения бизнеса занимает 49 место (опустилась с 37 места 2016 года), при этом Грузия поднялась до 7 места, Эстония - 18, Казахстан – 25, Россия – 28, Польша – 40, Словакия – 45 [1].

Малое предпринимательство (малый бизнес) – деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения. К числу малого бизнеса в Республике Беларусь относят индивидуальных предпринимателей, микроорганизации с численностью до 15 человек, а также малые организации с численностью от 16 до 100 человек. Главное отличие – не ограниченное число работников, а небольшая доля в общем по стране объеме деятельности, небольшие размеры уставного капитала. Но это не мешает создавать разнообразный профиль белорусских малых предприятий – производственные, коммерческие, консалтинговые фирмы, предприятия розничной торговли, сферы услуг (парикмахерские, косметические салоны, учебные центры, туристические фирмы, транспортные фирмы и т. д.).

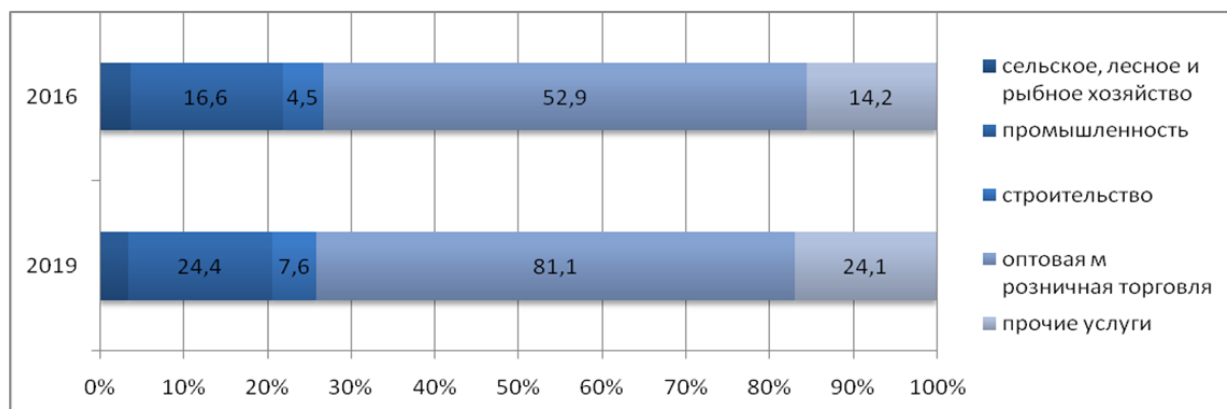


Рисунок 1 – Структура валового дохода по видам экономической деятельности

Согласно рисунку 1 в Республике Беларусь наибольшую долю занимают малые и микроорганизации оптовой и розничной торговли, а наименьшую – промышленные предприятия в связи с необходимостью значительных капиталовложений. К 2019 году растет доля малого бизнеса IT сектора, провайдеров, услуг в сети Интернет и т. д.

Таблица 1 – Показатели развития малого предпринимательства Беларуси

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Доля микро- и малых организаций в ВВП	14,1	14,6	14,4	14,4	13,7	14,2	14,9	14,7	15,9
Доля микро- и малых организаций в валовой добавленной стоимости	15,9	16,6	16,3	16,2	15,8	16,5	17,2	17,1	18,3
Средняя численность работников организаций, индивидуальных предпринимателей и наемных лиц в микро- и малых организациях, чел.	17,0	17,4	18,3	17,9	17,2	18,0	18,3	18,4	19,1
Количество индивидуальных предпринимателей на конец года, тысяч чел.	219,3	232,1	248,5	248,9	240,7	235,9	236,1	241,3	257,0

На основании таблицы 1 стоит отметить положительную динамику развития малого бизнеса, что подтверждает рост доли в объемах ВВП Беларуси с 13,7 до 15,9 % и увеличение среднего количества работников до 19 человек. Последнее десятилетие характеризуется популярностью развития собственного бизнеса, что констатирует рост количества индивидуальных предпринимателей в Беларуси.

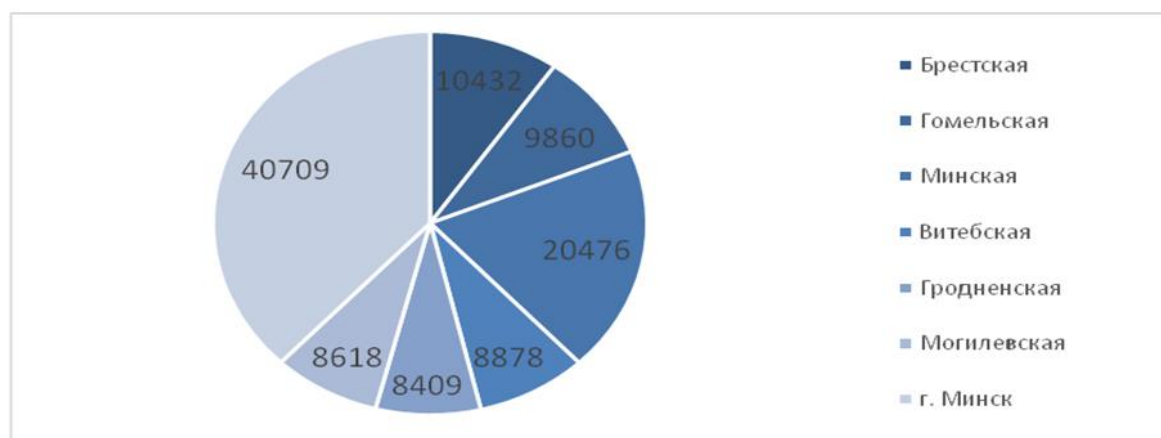


Рисунок 2 – География малого бизнеса Беларуси в 2019 году

На основании рисунка 2 стоит отметить концентрацию субъектов малого предпринимательства в городе Минске и Минской области. Со значительным отставанием идут Брестская, Гомельская, Витебская, Могилевская и Гродненская области.

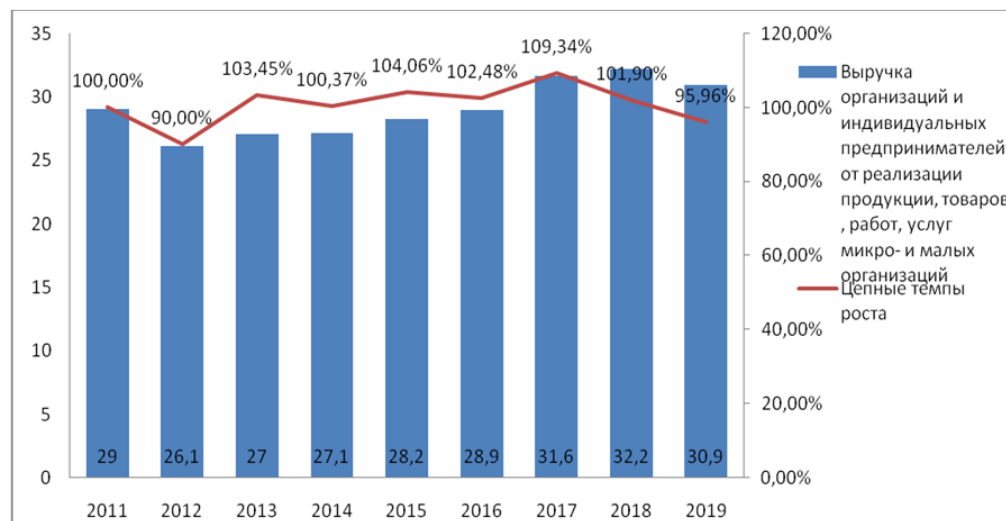


Рисунок 3 – Динамика валового дохода малого бизнеса Беларуси

На основании рисунка 3 стоит отметить незначительные колебания валового дохода субъектов малого предпринимательства, что обосновано общемировыми и региональными подъемами и спадами. Ориентированность национальной экономики на мировой рынок демонстрирует колебания экспорта товаров малыми предприятиями. Взаимосвязь с российским и украинским рынками на основе единых стандартов, лицензий, систем налогообложения и льгот создают как положительные, так и отрицательные последствия для малых предприятий. Единые требования повышают доступность рынков сбыта соседних стран, однако создание белорусскими организациями собственной технической базы приведет к увеличению стоимости. Рост затрат и цен не позволит конкурировать на российском и других рынках.



Рисунок 4 – Динамика экспорта малого бизнеса Беларуси

Согласно рисунку 4 с 2015 года наблюдается сокращение экспорта товаров субъектами малого предпринимательства и ориентированность на национальный рынок.

Для Беларуси особенно актуальным становится вопрос адаптации малого предпринимательства к новым потребностям национального и региональных рынков в условиях пандемии и закрытия границ. Малый бизнес достаточно легко подстраивается под требования рынка, но при разрушении механизма функционирования мировой экономики, он бессилен. Поэтому требует поддержки, особенно в таких отраслях, как туризм, гостеприимство, фермерство и другие. Поддержка обеспечит положительные сдвиги в национальной экономике, в частности самозанятость, рост ВВП, решение проблем безработицы, сохранение экологии региона, пополнение государственного бюджета. В настоящее время реализуются ряд международных проектов, участие в реализации которых позволит обеспечить в перспективе малым предприятиям рост белорусского экспорта товаров.

Подводя итог исследования стоит подчеркнуть, что ведение малого бизнеса в Беларуси достаточно активно и имеет перспективы в будущем. Как оказалось, белорусская концепция малого предпринимательства и государственного регулирования данной сферы имеет ряд положительных и отрицательных факторов, что требует исследования и внедрения зарубежного прогрессивного опыта.

Литература

1. Рейтинг Doing Business Всемирного банка 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>. – Дата доступа: 02.10.2020.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/strukturnaja_statistika/. – Дата доступа: 17.10.2020.

И.В. Смирнов

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь

I.V. Smirnov

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus

ЦИФРОВАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ЭКОСИСТЕМА: НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

DIGITAL ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM: DIRECTIONS FOR DEVELOPMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

В процессе перехода к цифровой экономике предпринимательству отводится значительная роль. В статье рассматривается роль предпринимательства в предпринимательской экосистеме и цифровой экосистеме, рассмотрен механизм трансформации в цифровую предпринимательскую экосистему. Объединение этих двух экосистем помогает определить роль предпринимательства и участников этих систем в цифровой экономике

Entrepreneurship plays a significant role in the transition to the digital economy. The paper examines the role of entrepreneurship in the entrepreneurial ecosystem and the digital ecosystem, considers the mechanism of transformation into a digital entrepreneurial ecosystem. The combination of these two ecosystems helps define the role of entrepreneurship and participants in these systems in the digital economy.

Переход экономической системы к цифровой экономике требует новых подходов в управлении предприятием. Существует несколько основных подходов к пониманию сущности «цифровой экономики», которые основаны на двух различных переводах данного словосочетания с английского языка. Один вариант перевода словосочетания «digital economy» переводится как сектор реальной экономики, другой вариант перевода «digital economics» означает направление в науке, направленное на изучение экономических процессов [1]. Причем в обоих вариантах перевода под цифровизацией понимаются определенные свойства

информации в цифровом формате и их роль в экономике. Приведенное разночтение стало причиной появления различных трактовок определения цифровой экономики.

Введение в 1995 году Николасом Негропonte в научный оборот определения «цифровая экономика» обусловило динамичное развитие информационно-коммуникационных технологий и начало процесса информатизации второго поколения как основы формирующегося шестого технологического уклада [2]. Впоследствии оно использовалось и как обобщенный термин для описания ориентированных на работу с цифровыми технологиями рынков, и для обозначения экономической активности, основанной на использовании информационно-коммуникационных технологий [3].

На современном этапе используется два подхода к пониманию цифровой экономики, один из которых определяет ее как экономику, основанную на цифровых технологиях, характеризуемую исключительно как область, предлагающую электронные товары и услуги. Вторая трактовка согласно которой цифровая экономика является экономическим производством, использующим цифровые технологии [4].

Понятие цифровой экономики в последние годы активно стало использоваться и в стратегических документах Республики Беларусь. Так, в 2016 году постановлением Совета Министров утверждена «Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы» [5], в которой предусмотрено создание условий правового, технического, организационного и финансового характера для развития цифровой экономики в Республики Беларусь и ее интеграции в мировое цифровое экономическое пространство. В программе акцентировано внимание на вопросах развития отечественного компьютерного и телекоммуникационного оборудования.

В соответствии с докладом о мировом развитии Всемирного банка, цифровизация экономики представляет собой явление, глубоко трансформирующее всю экономическую систему и проявляющееся в расширении торговли, развитии конкуренции, росте количества рабочих мест, повышении качества услуг. Цифровая экономика рассматривается Всемирным банком как парадигма ускорения развития экономики при помощи цифровых технологий [6].

Основной задачей для успешного и быстрого перехода к высшим технологическим укладам является формирование благоприятной для этих укладов социально-экономической среды, которая обладает по отношению к помещенным в нее цифровым предприятиям свойствами экосистемы, способной сохранить и многократно ускорить их устойчивое развитие. Необходимо определить качества и свойства этой экосистемы, соответственно, какие совершенно новые социально-экономические институты надо создавать, какие из существующих элементов можно трансформировать.

Цифровая предпринимательская экосистема объединяет две существующие экосистемы: предпринимательскую экосистему, в основе которой лежит предпринимательская деятельность и элементы управления предпринимательской инфраструктурой, и цифровую экосистему, включающую цифровую инфраструктуру и пользователей цифровыми услугами. Существующая предпринимательская экосистема включает в себя большое число элементов, таких как инновации цифровые и нецифровые технологии, нет целесообразности в их использовании для функционирования цифровой предпринимательской экосистемы. Точно так же цифровая экосистема включает в себя множество технологий, которые составляют цифровую инфраструктуру: Интернет, широкополосная связь; языки программирования и операционные системы. На пересечении элементов предпринимательской экосистемы и цифровой экосистемы будет сформирована цифровая предпринимательская экосистема. На рисунке 1 приведена концептуальная структура предпринимательской экосистемы. Цифровая предпринимательская экосистема представляет собой взаимодействие цифровых пользователей, на цифровых торговых площадках приобретая услуги, создаваемые предпринимателями при координации элементами управления цифровой инфраструктурой [7].

Цифровые технологии на сегодняшнем этапе развития экономики более сфокусированы на услугах. Развитие цифровых технологий привело к формированию более сложной системы и цифровой инфраструктуры. Два основных элемента: цифровая торговая площадка и пользователи цифровыми продуктами находятся в ядре цифровых экосистем связанных с предпринимательством.

Концепция, направленная на формирование и развитие цифровой предпринимательской экосистемы, вносит значительный вклад в развитие предпринимательства. Концепция рассматривает в своей основе спрос со стороны покупателей, а именно, ориентируется на покупательские предпочтения. Традиционный бизнес в первую очередь производить продукт, а затем находить клиентов, готовых его купить, при ориентации на покупательские предпочтения поиск клиентов предшествует производству продукту.

Данное отличие становится очевидным при рассмотрении конкурентного рынка для предприятий, ориентированных на спрос, и предприятия, ориентированные на предложение. Ключевой фактор конкурентного преимущества для первых – ценность, а для последних – потребительская стоимость.

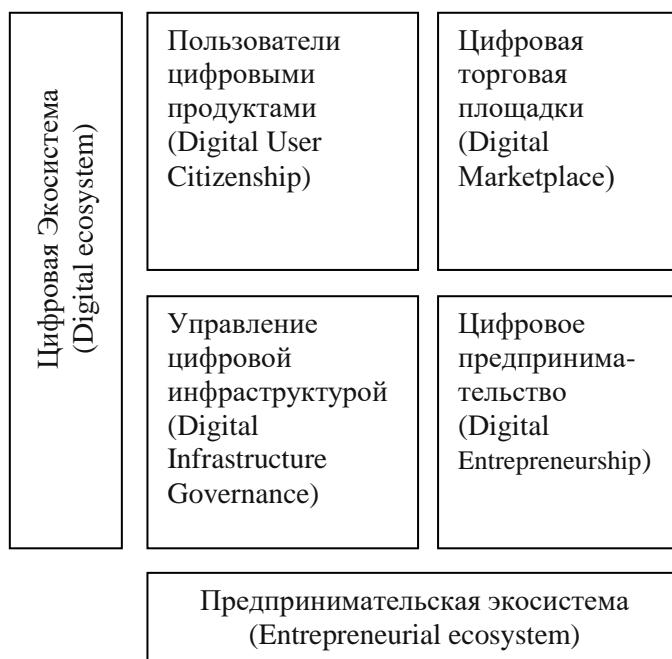


Рисунок 1 – Структура цифровой предпринимательской экосистемы [7]

Цифровая трансформация бизнеса послужила платформой для создания нового типа организаций, демонстрирующих взрывной рост (например, Uber). Такие организации получили название ExO. «Экспоненциальная организация (ExO) – это организация, которая обладает несоизмеримо высокой продуктивностью, по сравнению с аналогичными организациями, благодаря использованию новой организационной модели и быстроразвивающихся технологий» [8].

Например, Uber. У крупнейшей в мире компании такси нет транспортных средств. Facebook, самый популярный в мире владелец СМИ, не создает никакого контента. Alibaba, самый дорогой розничный торговец, не имеет собственной торговой сети. А Airbnb, крупнейший в мире поставщик жилья, не владеет недвижимостью. Фактически бизнес-стратегия сместилась с владением активов на оркестровке ресурсов.

В цифровой предпринимательской экосистеме нет четкого разграничения между пользователями и предпринимателями. Частично это связано с тем, что роль пользователей экосистемы значительно расширилась. Наличие у пользователей разнообразных знаний привело к резкому социальному и производительному росту создаваемого продукта, ориентированному на пользователей соответствующей платформы. Основной контент для социальных сетей, таких как Facebook или видеохостинга YouTube, почти полностью создается пользователями через различные форматы файлов, включая любую комбинацию текста, видео и изображений. Существует необходимость классификации, связанной с неоднородностью пользователей цифровых экосистем. Возможна классификация на пользователей, которые только потребляют цифровые продукты и пользователей, которые производят цифровые продукты. Необходимы подразделения предпринимательства, которое

относится к цифровой и нецифровой сфере. Предпринимательство в цифровой области включает в себя стартапы специализирующиеся на создание продуктов для цифровых экосистем, интернет-вещей, облачные платформы, решения для управления умный дом и аналогичные решения, использующие большие данные и искусственный интеллект. Цифровая торговая площадка фиксирует только взаимодействие с финансовыми транзакциями, но существует множество нефинансовых транзакций, которые труднее классифицировать по финансовой доходности, такие как социальные обмены, распространение цифровых знаний, инновационная деятельность. Под цифровой торговой площадкой целесообразно понимать платформу посредник, которая способствует различным операциям между пользователями.

Для более эффективного использования цифровой предпринимательской экосистемы в ее концепцию можно внести следующие изменения. В состав цифровых пользователей включать как потребителей, так и производителей, которые являются пользователями цифровой платформы. Под цифровым предпринимательством целесообразно понимать всех участников цифровой платформы, которые участвуют в создании потребительской ценности.

Ключевой вклад концепции цифровой предпринимательской экосистемы заключается в том, что увеличивается роль цифровых технологий применительно к предпринимательской экосистеме. Одним из возможных воздействий цифровых технологий на предпринимательскую экосистему может быть ее пространственное измерение. На нынешнем этапе глобализации реализуется переход от местной экономики к глобальной экономике, что является основным фактором экономического роста. Обмен знаниями и информацией не будет зависеть от местоположения пользователя цифровой предпринимательской экосистемы.

Традиционные предпринимательские экосистемы, которые используют преимущества внешнеэкономических связей мегаполисов, также в значительной степени являются локальными. В эпоху цифровых технологий эта глобальная связь организована цифровыми платформами без ограничения, вызванного географическим положением. Формирование и развитие цифровой предпринимательской экосистемы позволяет создавать прибыльные стартапы которые привлекают миллионы пользователей по всему миру.

Литература

1. Козырев, А.Н. Цифровая экономика и цифровизация в исторической ретроспективе [Электронный ресурс] / А.Н. Козырев // Цифровая экономика и цифровизация в исторической ретроспективе // Цифровая экономика (CEMI-RAS). – М.: ЦЭМИ РАН, ноябрь 2017. – № 11. – Режим доступа – <https://medium.com/cemi-ras>. – Дата доступа: 10.11.2020.
2. Negroponte, N. Being Digital / N. Negroponte. – NY : Knopf, 1995. – 256 p.
3. Надтока, Т.Б. Трансформация маркетинговой деятельности предприятий в условиях цифровой экономики / Т.Б.Надтока, Н.В. Матвеев. // Вестник института экономических исследований. – 2017. – № 4(8). – С.70-77.
4. Мещеряков, Р.В. Подходы к внедрению ERP-систем на крупных предприятиях / Р.В. Мещеряков, М.В. Савчук // Бизнес-информатика. – 2011. – № 2(16). – С.63-67.
5. Об утверждении Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь 23 марта 2016 г. № 235 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21600235&p1=1>. – Дата доступа: 10.11.2020.
6. Доклад о мировом развитии. 2016. Цифровые дивиденды. Обзор и оглавление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://documents.worldbank.org/curated/en/224721467988878739/pdf/102724-WDR-WDR2016Overview-RUSSIAN-WebRes-Box-394840B-OOU-9.pdf>. Дата доступа: 11.11.2020.
7. Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. [Electronic resource] : Small Business Economics, 49(1), 55–73. - Mode of access: <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>. – Date of access: 10.11.2020.
8. Исмаил, С. Экспоненциальные организации / Салим Исмаил, Юри ван Геест, М. Мэлоун / Альпина Паблшер. – 2017. – 394 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wm-help.net/lib/b/book/461692708/6>. - Дата доступа: 10.12.2018.

А.В. Становская
БГЭУ, г. Минск, Республика Беларусь

A. Stanovskaya
BSEU, Minsk, Republic of Belarus

БИЗНЕС-МОДЕЛИ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ И ПОДХОДЫ К ИХ КЛАССИФИКАЦИИ

BUSINESS MODELS OF THE CIRCULAR ECONOMY AND APPROACHES TO THEIR CLASSIFICATION

В статье отражается необходимость перехода от линейной к циркулярной экономике, рассматриваются существующие классификации бизнес-моделей циркулярной экономики, предлагается классификация бизнес-моделей циркулярной экономики в зависимости от преобладающей доли отдельных элементов затрат

The article reflects the need to move from a linear to a circular economy, examines the existing classifications of business models of a circular economy, proposes a classification of business models of a circular economy depending on the prevailing share of individual cost elements

В условиях быстрого роста населения, истощения природных ресурсов, образования значительных объемов отходов, загрязнения почв, вод, атмосферного воздуха доминирующая сейчас линейная модель экономики показывает свою нежизнеспособность. В связи с этим актуальным является «замыкание» ресурсного цикла для того, чтобы ресурсы находились в экономической системе как можно большее время, а значит, дольше сохраняли максимально возможную ценность и качество, т. е. необходим переход от нынешней линейной к циркулярной модели экономики.

Циркулярная экономика – это модель экономики, основанная на замкнутых циклах материальных и энергетических потоков, которые позволяют сохранить ценность продуктов, материалов и ресурсов в экономике как можно дольше, способствуя развитию моделей рационального производства и потребления, которые приведут к повышению благосостояния людей в долгосрочной перспективе, для достижения целей устойчивого развития и удовлетворения потребностей настоящего и будущих поколений.

В основе циркулярной экономики лежит стремление повторить замкнутые природные циклы, где все, что произведено, полностью перерабатывается внутри системы. Тем самым обеспечивается поэтапное воспроизведение свойственных самой природе принципов ресурсной эффективности и безотходности, и возвращение человечества на новом технологическом витке к повсеместному использованию в производственных и потребительских циклах экосистемных принципов. Переход от традиционной (линейной) к циркулярной экономике поднимает на новый уровень экоэффективность, одновременно предотвращая омертвление значительных объемов ресурсов при захоронении на полигонах отходов [1, с. 246].

В настоящий момент времени многие компании из разных стран внедряют циркулярные бизнес-модели (БМ), использование которых позволяет найти новые источники дохода, при этом сократив количество генерируемых отходов. По мнению экспертов Фонда Элен МакАртур «циркулярные бизнес-модели» – это обобщающий термин для самых разных БМ, которые стремятся к использованию меньшего количества материалов и ресурсов для производства продуктов и/или услуг; продлению срока службы существующих продуктов и/или услуг путем ремонта и восстановления; завершению жизненного цикла продуктов путем переработки, извлекая выгоду из остаточной стоимости продуктов и материалов [2].

Существует несколько классификаций циркулярных бизнес-моделей, которые позволяют лучше понять их сущность. Разработки в этой области, описанные в русскоязычной литературе, опираются на классификацию, разработанную компанией Accenture [3], и подробно представленную в работе [1]. В данной классификации определены пять бизнес-моделей, которые компании могут использовать отдельно или в комбинации для повышения производительности ресурсов:

1) циркулярные поставки (циркулярные поставщики) (*Circular suppliers*) – модель, в которой поставщик обеспечивает поставку полностью перерабатываемых или биоразлагаемых сырья и материалов; в рамках данной модели также возможен возврат производителю (поставщику) физически и/или морально устаревших товаров с целью переработки;

2) восстановление (переработка) ресурсов (*Resources recovery*) – модель, предполагающая, переработку твердых коммунальных отходов и непригодных для дальнейшего использования товаров, что способствует устранению потерь ценных материалов;

3) платформы для обмена и совместного использования (*Sharing platforms*) – модель, основанная на использовании разнообразных Internet-платформ и специальных приложений для аренды, лизинга, совместного использования разнообразной продукции, что способствует продлению жизненного цикла товара, сокращению объема производства ряда продуктов и материалов и объемов образующихся отходов;

4) продление жизненного цикла продукта (*Product life extension*) – модель сохранения или улучшения бывшего в употреблении продукта за счет его ремонта, модернизации, восстановления или ремаркетинга;

5) продукт как услуга (*Product as a service*) – модель, предполагающая вместо продажи товара предоставление услуг по его использованию через соглашение об аренде с оплатой по факту использования.

Другой взгляд на классификацию [4] бизнес-моделей циркулярной экономики, широко транслируемый в зарубежных исследованиях и только набирающий популярность в русскоязычных работах, соотносит бизнес-модели с их местом в замкнутой цепочке создания ценности:

– модели короткого цикла (*short cycle*) – техническое обслуживание и текущий ремонт для восстановления работоспособности продукта;

– модели длинного цикла (*long cycle*) – возврат продукта на предприятие для модернизации, капитального ремонта и повторной продажи;

– каскадное использование (*cascades*) – повторное использование материалов во внутрипроизводственных циклах, извлечение материалов для производства другой продукции, кооперация с другими предприятиями по использованию их побочных продуктов;

– модели чистого цикла (*pure circles*) – создание и модификация продукта для 100-процентного повторного использования или переработки;

– производство по требованию (*produce on demand*) – позаказное производство, в т.ч. с широким использованием возможностей 3D-печати;

– нематериальные модели (*dematerialized services*) – основанные на виртуализации, цифровых услугах и т. п.

По мнению автора, циркулярные бизнес-модели можно классифицировать в зависимости от преобладающей доли отдельных элементов затрат (рисунок 1):

К **трудоемким** бизнес-моделям относятся те, которые имеют высокую долю затрат на рабочую силу в издержках производства. В данном случае трудоемкие бизнес-модели циркулярной экономики связаны с оказанием услуг. Для данных бизнес-моделей характерно то, что продукт сохраняет большую часть материала, из которого он изготовлен, а образование отходов сводится к минимуму.

При этом услуги в данном случае можно разделить на:

1) связанные с изменением в продукте:

– восстанавливающие потребительские свойства товаров: техническое обслуживание, подразумевающее замену расходных материалов; текущий и капитальный ремонт (реману-факторинг);

– придающие новые потребительские свойства («новая жизнь» старых вещей – творческое преобразование для использования продукта не по прямому назначению);

2) связанные с изменением в потреблении продукта:

а) направленные на более эффективное использование материального блага:

– подразумевающие использование продукта без права владения им (продукт как услуга, лизинг, совместное использование);

– подразумевающие передачу права владения им (перепродажа товара);

б) направленные на дематериализацию экономики – диджитализация (например, виртуальные офисы, интернет-магазины, облачные хранилища и т. д.).



Рисунок 1 – Классификация бизнес-моделей циркулярной экономики по преобладающей доле отдельных элементов затрат

Стоит обратить внимание на разницу между бизнес-моделями «продукт как услуга» и «совместное потребление». Обе рассматриваемые бизнес-модели реализуются преимущественно с помощью Internet-платформ и специальных приложений, но различаются по типу взаимодействующих субъектов. Так, в бизнес-модели «продукт как услуга» выстраивается взаимодействие бизнеса и потребителя (Business-to-consumer; B2C), а в бизнес-модели «совместное потребление» цифровые платформы позволяют наладить взаимодействие между двумя потребителями (Consumer-to-consumer; C2C).

К **капиталоемким** (фондоемким) бизнес-моделям циркулярной экономики можно отнести те, для реализации которых требуется преимущественное использование оборудования, а не живого труда.

Капиталоемкие БМ циркулярной экономики можно разделить на:

- рециклинг, позволяющий сократить потребление первичных природных ресурсов, снизить поток отходов, подлежащих полигонному захоронению и сжиганию благодаря возвращению вторичных материальных ресурсов в техносферу;
- использование побочных продуктов собственного или стороннего производства, что позволяет уменьшить потребность в первичном сырье и затраты на него;
- ремануфактуринг.

Стоит отметить, что такая бизнес-модель, как «ремануфактуринг», попала в несколько групп в приведенной классификации из-за различных исполнений данной модели. Данный подход подразумевает восстановительный ремонт продукции и/или ее компонентов, а именно:

- восстановительный (капитальный) ремонт продукции для приведения ее в рабочее состояние путем замены или ремонта основных узлов, которые вышли из строя, а также косметическая реставрация для обновления внешнего вида изделия; по завершении восстановительных работ на весь компонент предоставляется гарантия;
- восстановление агрегатов (агрегатный ремонт) или отдельных деталей – процесс разборки и восстановления продукта на уровне его компонентов, при этом подлежащие восстановлению детали изымаются из бывшего в использовании продукта, проходят чистку,

ремонт и встраиваются в новый продукт, готовый продукт позиционируется «как новый», но имеет меньшую стоимость [1].

Классификация бизнес-моделей демонстрирует, что подход циркулярной экономики к решению экологических вызовов современности не ограничен исключительно только переработкой отходов в конце жизненного цикла товара, а напротив, постоянно расширяется за счет предлагаемых инновационных способов ведения бизнеса на всех этапах создания ценности [5].

В целом циркулярные бизнес-модели не являются новшеством, их аналоги (лизинг, аренда) существуют уже не первое столетие, но в процессе трансформации системы экономических отношений и потребностей общества они становятся все более сложными и многогранными. Несмотря на то, что в настоящее время рыночная доля циркулярных бизнес-моделей невелика, за исключением нескольких узких экономических ниш, популярность использования подобных моделей растет и связано это во многом с развитием технологий [6, с. 811].

Следует отметить, что широкое использование информационных технологий в экономике и переход к Индустрии 4.0 способствует более быстрому развитию циркулярной экономики. В широком смысле Индустрия 4.0 характеризует положительный тренд развития автоматизации и обмена данными, который включает в себя облачные технологии, большие данные (big data), 3D-печать, краудсорсинг, биотехнологии, «интернет вещей» (Internet of Things – IoT), аддитивные технологии, системную интеграцию, моделирование и симуляцию, виртуальную и дополненную реальность, кибербезопасность и прочие технологии. По оценке аналитиков НИУ ВШЭ, переход к «Индустрии 4.0» приведет к росту энергоэффективности и конкурентоспособности экономики, стиранию границ между отраслями и снижению техногенного влияния на окружающую среду [7].

Таким образом, переход к циркулярной экономике связан с внедрением адаптируемых бизнес-моделей, построенных на принципах ресурсоэффективности, с модернизацией производства на основе инноваций в области дематериализации, удлинения жизненного цикла товаров, их восстановления, реконструкции, возможности совместного потребления, а также переработки с учетом технологического развития и трансформации потребностей общества.

Литература

1. Пахомова, Н.В. Переход к циркулярной экономике и замкнутым цепям поставок как фактор устойчивого развития / Н.В. Пахомова, К.К. Рихтер, М.А. Ветрова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2017. – № 5. – С. 244–268.

2. Towards the circular economy // Ellen MacArthur Foundation [Electronic resource]. – 2013. – Mode of access: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Ellen-MacArthur-Foundation-Towards-the-Circular-Economy-vol.1.pdf>. – Date of access: 15.11.2020.

3. Circular Advantage Innovative Business Models and Technologies to Create Value in a World without Limits to Growth // Accenture [Electronic resource]. – 2014. – Mode of access: https://www.accenture.com/t20150523t053139_w_/us-en/_acnmedia/accenture/conversion-assets/dotcom/documents/global/pdf/strategy_6/accenture-circular-advantage-innovative-business-models-technologies-value-growth.pdf. – Date of access: 14.11.2020.

4. Renswoude K. Circular Business Models. Part 1: An introduction to IMSA's Circular Business Model Scan / K. Renswoude, A. Wolde, D. Joustra // IMSA [Electronic resource]. – 2015. – Mode of access: <http://circular-future.eu/wp-content/uploads/2015/08/IMSA-Circular-Business-Models-April-2015-Part-1.pdf>. – Date of access: 19.11.2020.

5. Гурьева, М.А. Циркулярная экономика как инновационная модель развития социально-экономического пространства / М.А. Гурьева // Вопросы инновационной экономики. – 2019. – Т. 9. – № 4. – С. 1295–1316.

6. Долгушин, А.Б. Циклическая экономика: понятие, принципы, модели реализации / А.Б. Долгушин, А.А. Цуканов // Развитие инновационной экономики: достижения и перспективы: материалы VI Международной научно-практической конференции, Москва, 21 ноября 2019 г. / Московский университет им. С.Ю. Витте. – Москва, 2019. – С. 805–814.

7. Россия 4.0: четвертая промышленная революция как стимул глобальной конкурентоспособности // ПМЭФ 17. Информационное агентство ТАСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/pmef-2017/articles/4277607>. – Дата доступа: 16.11.2020.

Н.В. Стома
Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Республика Беларусь

N.V. Stoma
Belarus state economic university,
Minsk, Republic of Belarus

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

DIGITALIZATION OF THE ECONOMIC SYSTEM OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Основными движущими силами экономического роста на сегодняшний день являются новые продукты, новейшие информационные и управленческие технологии, инновационные бизнес-модели, отраслевые цифровые платформы. В работе рассмотрены теоретические основы цифровизации и выделены тенденции цифровой экономической системы.

The main drivers of economic growth today are new products, the latest information and management technologies, innovative business models and industry-specific digital platforms. The article discusses the theoretical foundations of digitalization and highlights trends in the development of the digital economic system.

Глобальная цифровизация мировых экономик рассматривается как движущая сила экономического роста, способная привести к значительным экономическим сдвигам и оказать влияние на целые области бизнеса, рынок труда и образ жизни людей.

Конкурентоспособность современных высокоразвитых стран основана главным образом на технологических и цифровых преимуществах, в то время как отсталых стран – на ресурсных преимуществах.

Республика Беларусь не обладает большим запасом стратегических природных ресурсов, но имеет потенциал развития в научно-техническом направлении путем повсеместного внедрения цифровых технологий. Посредством внедрения новшеств решаются вопросы роста производительности труда, интенсификация производства, а также экономии ресурсов, что позволяет завоевать лидерство на рынке, сократить уровень издержек, повысить показатели прибыли.

Цель исследования – изучить и дать оценку реальным значения показателей, отражающим переход к цифровизации в Республике Беларусь.

Динамика показателей информационно-коммуникационной инфраструктуры по Республике Беларусь за последние пять лет представлена в Таблице 1.

Таблица 1 – Динамика информационно-коммуникационной инфраструктуры за 2015-2019 гг.

Наименование показателя	Единица измерения	2015	2019
Количество абонентов и пользователей беспроводного широкополосного доступа в сеть Интернет на 100 человек населения	единиц	60	90
Удельный вес населения в возрасте 6 - 72 лет, использующего сеть Интернет, в общей численности населения в возрасте 6 - 72 лет	процент	67,3	82,8
Население Республики Беларусь	тыс.чел	9480,9	9 408,4

Примечание – Источник: [1]

По сравнению с 2015 г. количество абонентов и пользователей сети Интернет выросло в полтора раза, несмотря на снижение численности населения за оцениваемый период. Согласно расчетам, на период 2019 г. количество абонентов в целом по стране составляет 8 467,56 человек, тогда как в 2015 г. – 5 645,34 человека.

Положительная динамика наблюдается и у показателя удельного веса населения в возрасте 6-72 лет, использующего сеть Интернет, – рост составляет 15,5 процентных пункта. Показатель в выражении численности населения на период 2019 г. составляет 7 790,15 человек, а в 2015 г. составлял 6 380,64 человека.

Так можно сделать вывод об увеличении численности населения, имеющего доступ и использующего сеть Интернет. Стоит отметить тот факт, что наблюдается положительная динамика удельного веса населения в возрасте от 6 до 72 лет, использующих сеть Интернет, что отражает расширение аудитории пользователей, внедрение цифровых технологий в массы, их адаптивность и использование разными возрастными группами.

Одним из актуальных направлений анализа цифровой трансформации экономики и общества является оплата труда в сфере информационных технологий и обслуживания. Данные по Республике Беларусь за 2020 г. представлены в Таблице 2.

Таблица 2 – Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата, рублей

Наименование показателя	август 2020 г.	январь – август 2020 г.
Средняя заработная плата	1276,4	1212,1
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	1019,9	899,9
Промышленность	1326,4	1239,1
Строительство	1455,9	1347,8
Услуги по временному проживанию и питанию	850,7	792,6
Информационные технологии и деятельность в области информационного обслуживания	4096,9	3980,4
Финансовая и страховая деятельность	1758,3	1883,1
Профессиональная, научная и техническая деятельность	1592,9	1557,1
Деятельность в сфере административных и вспомогательных услуг	833,4	796,9
Образование	837,2	851,4
Здравоохранение и социальные услуги	1069,3	1036,2
Творчество, спорт, развлечения и отдых	889,2	857,7

Примечание – Источник: [1]

Номинальная средняя заработная плата в области информационных технологий превышает средний уровень практически в четыре раза. В то время как оплата отрасли сельского, лесного и рыбного хозяйства и образования ниже средней. Такое различие наглядно демонстрирует, какая отрасль имеет преимущества в развитии за счет привлечения трудовых ресурсов, какое направление является приоритетным в выборе профессии и основополагающей ячейкой цифрового общества.

Экономическая система любой страны в целом направлена на обеспечение механизмов и принципов реализации и распределения ресурсов для удовлетворения потребностей населения. Судя из анализа динамики численности «информационного» общества, существует необходимость в усовершенствовании экономической системы и следованию цифровому развитию, чтобы удовлетворить возрастающие потребности в условиях ограниченных ресурсов. В Республике Беларусь наибольшей долей вклада в ВВП обладает отрасль промышленного производства. Поэтому следующим направлением исследования является оценка развития цифровой трансформации в данном секторе экономики и его структурном подразделении – обрабатывающей промышленности.

Цифровизация в секторе промышленности отражается в переходе от сырьевой и индустриальной экономики к новой форме, базирующейся на информационно-коммуникационных технологиях и последних достижениях научно-технического прогресса, преобладающую роль перенимает инновационная деятельность, интеллектуальный труд, информационные товары и услуги.

Состояние цифровой трансформации в секторе промышленности можно исследовать также на примере показателей объема промышленного производства по уровню технологичности, а также валовой добавленной стоимости наиболее крупного сегмента – обрабатывающей промышленности. Динамика за последние пять лет позволяет изучить степень включения передовых технологий и современных принципов ведения бизнес-процессов в производстве.

В Таблице 3 представлена динамика по удельному весу обрабатывающей промышленности в общем объеме промышленности по уровню технологичности, подразделяющемся на низко-, средне- и высокотехнологичное производство.

Таблица 3 – Изменение структуры объема промышленного производства по уровню технологичности за 2015 – 2019 гг. (в процентах к итогу года)

Показатели	2015	2019
Промышленность, всего	100	100
из нее <i>обрабатывающая промышленность</i> по уровню технологичности:		
низкотехнологичные производства	33,9	33,9
среднетехнологичные производства (низкого уровня)	29,5	29,2
среднетехнологичные производства (высокого уровня)	20,8	22,8
высокотехнологичные производства	2,8	2,8

Примечание – Источник: [1]

Согласно данным, структура производства изменилось незначительно по сравнению с базисным годом, так прежние значения долей сохранились у низко- и высокотехнологичных производств.

Стоит отметить, что за пять лет доля высокотехнологичных производств остается самой низкой, тогда как низкотехнологичное производство обладает наиболее высокой долей. Данная тенденция свидетельствует о преимущественном использовании низких технологий, о малой эффективности производства и низкой конкурентоспособности продукции, относящейся к «традиционной».

Однако положительная динамика прослеживается в среднем уровне технологичности: среднетехнологичное производство низкого уровня уменьшилось на 0,3 процентных пункта, а высокого уровня наоборот выросло на 2 процентных пункта к 2019 г. Доля объема технологичного производства обрабатывающей промышленности увеличилась на 1,7 процентных пункта с 87 % в 2015 г. до 88,7 % в 2019 г. Данный незначительный рост демонстрирует медленный, но верный переход к увеличению объемов промышленного производства более высокой технологичности.

Важным показателем, характеризующим процессы цифровой трансформации экономики, является доля валовой добавленной стоимости (далее – ВДС). В Таблице 4 отражена динамика структуры ВДС только обрабатывающей промышленности по уровню технологичности.

Таблица 4 – Динамика структуры валовой добавленной стоимости обрабатывающей промышленности по уровню технологичности за 2015 – 2019 гг. (в процентах к итогу)

Показатели	2015	2019
Обрабатывающая промышленность, всего	100	100
низкотехнологичные производства	35,8	38,3
среднетехнологичные производства (низкого уровня)	24,6	21,4
среднетехнологичные производства (высокого уровня)	34,9	35,2
высокотехнологичные производства	4,7	5,1

Примечание – Источник: [1]

Показатели объема продукции и валовой добавленной стоимости обрабатывающей промышленности являются важными показателями, демонстрирующими развитие и приспособление промышленного производства в условиях трансформации экономики, переход на новый уровень инновационной технологичности, основой которой выступает цифровизация.

Высокотехнологичное производство позволяет создать продукцию с наибольшей добавленной стоимостью, тем самым создав положительные факторы реализации таких товаров и услуг. По сравнению с 2015 г. показатель вырос на 0,4 процентных пункта, заняв долю в 5,1 % от общего числа.

Несмотря на то, что поддержание низкотехнологичного производства затрудняет переход к более высокотехнологичной продукции, его доля в структуре ВДС растет и является наибольшей (выросла на 3,5 процентных пункта). По величине доли в валовой добавленной стоимости второе место занимает среднетехнологичное производство высокого уровня, разница между показателями в 2019 г. составила 3,1 процентных пункта.

Как и в отношении объема промышленного производства, так и в отношении доли в валовой добавленной стоимости среднетехнологичное производство низкого уровня снижается (на 3,2 процентных пункта), а высокого растет (1,3 процентных пункта).

Общим выводом может служить заключение о постепенном движении в направлении успешной реализации цифровой трансформации, несмотря на медленные темпы перевода производства на высокотехнологичное производство.

Нельзя не отметить, что развитие цифровой трансформации не может добиться высоких показателей без поддержки со стороны государства, создания программ и обеспечения повсеместного распределения и развития цифровизации в экономике и обществе.

В настоящее время любое государство призвано учитывать инновационное развитие современного мира, необходимость к цифровой адаптации, необходимость всячески способствовать созданию и внедрению инноваций на своей территории, поскольку именно такого рода деятельность является важнейшим фактором обеспечения суверенитета достижения благосостояния граждан.

В течение последних лет развитие IT-отрасли в Республике Беларусь получило серьезную государственную поддержку и во многом определялось эффективностью работы Парка высоких технологий (ПВТ).

В марте 2016 г. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь была утверждена Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [2].

21 декабря 2017 г. Президент Республики Беларусь подписал Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики» [3].

1 сентября 2019 г. ГКНТ и НАН Беларуси подготовили проект указа «О приоритетных направлениях научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021–2025 годы». Первым из шести приоритетных направлений выделено развитие наукоемких информационно-коммуникационных, цифровых и междисциплинарных технологий [4].

Анализ данных по исследуемым показателям показал общий уровень цифровизации, а также отразил сильные и слабые звенья в условиях трансформации, тем самым позволив заключить несколько выводов:

Во-первых, рост численности населения, использующего цифровые технологии и сеть Интернет, значительно вырос за последние пять лет. Удельный вес населения в возрасте 6–72 лет, использующих сеть Интернет положительна, что является результатом адаптивности и его использования в повседневной жизни.

Во-вторых, уровень заработной платы в сфере информационных технологий и смежных отраслей является наиболее «говорящим» показателем уровня развития цифровизации. За последние несколько лет востребованность в кадрах для IT-сферы только растет, постоянно меняются требования в целях соответствия мировым тенденциям. За сферу информационных технологий на территории Республики Беларусь отвечает Парк высоких технологий, который во многом и является центром распространения новинок в исследуемой сфере.

В-третьих, в отрасли промышленного производства, как одной из наиболее важных в структуре белорусской экономики, происходит цифровая трансформация и изменения, которые позволят создавать высокотехнологичную продукцию и укрепить мировую позицию. Однако, несмотря на положительную динамику показателей, процесс имеет очень медленный темп.

Заключительным пунктом является оценка поддержки государством цифровых реформ, проведения мероприятий, преследующих цель трансформации. Стоит отметить, что уровень государственного вмешательства в цифровизацию является существенным – принят ряд программ, заинтересованность правительства в развитии данного сектора прослеживается практически во всех программах развития экономики и общества.

В последние годы Республика Беларусь достигла заметных успехов в развитии национальной информационной инфраструктуры, создании государственных информационных систем и ресурсов. Значительная часть межведомственного документооборота переведена в электронную форму, сформированы базовые компоненты электронного правительства, автоматизировано представление государственной статистической, ведомственной и налоговой отчетности, внедрены электронные счета-фактуры, электронная система фискализации налоговых процедур, система маркировки товаров, созданы условия для электронного взаимодействия государства и бизнеса [1].

Таким образом, Республика Беларусь имеет реальные возможности для развития экономики, основанной на знаниях, при рациональном и полном использовании всех элементов национальной инновационной системы.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 18.11.2020.
2. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы Утверждена Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23.03.2016 № 235 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pravo.by/>. – Дата доступа: 19.11.2020.
3. О развитии цифровой экономики. Декрет Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8. – Минск, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://president.gov.by/>. – Дата доступа: 19.11.2020.
4. О приоритетных направлениях научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021-2025 годы – Указ президента Республики Беларусь от 07.05.2020 г. № 156 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://president.gov.by/>. – Дата доступа: 19.11.2020.

Л.В. Федосенко, Т.И. Иванова

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины
г. Гомель, Республика Беларусь

Francisk Skorina Gomel State University
Gomel, Republic of Belarus

К ВОПРОСУ О ВЗАИМОСВЯЗИ ЦИФРОВОГО И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРОВ ЭКОНОМИКИ

TO THE QUESTION ABOUT RELATIONSHIP OF THE DIGITAL AND REAL SECTORS OF THE ECONOMY

В статье представлен авторский взгляд на цифровую экономику, взаимосвязь цифрового и реального секторов экономики. Предпринята попытка определить роль и место цифровой экономики в современной жизни, её результативность, влияние на изменение структуры общественного производства и структуры управления организацией. Предложена система показателей для оценки вклада цифрового сектора в развитие национальной экономики.

The article gives the author's view both on digital economy, and digital and real sectors of the economy relationship. An attempt has been made to specify digital economy role and its place in modern life, to describe its effectiveness, the impact it has on both, social production structure and the organization structure management changes. A system of indicators has been given to assess the digital sector contribution into the national economy development.

В научной литературе часто используют понятие «цифровая экономика» и «цифровизация», которые связаны с функционированием мировой экономики в новых условиях. Вариации точек зрения ученых-экономистов на данные экономические категории отличаются в зависимости от целей исследования. Ключевой вопрос, на который необходимо ответить, формулируя определения «цифровая экономика» и «цифровизация» – это категории экономические или социальные, или же социально-экономические. Именно отсутствие унификации, прежде всего, самого понятия «цифровая экономика» затрудняет оценку её вклада в ВВП и влияния на ключевые показатели экономического развития.

Все имеющиеся подходы к определению обозначенной категории можно условно разделить на две группы. Авторы первого подхода рассматривают цифровую экономику как

совокупность отраслей, которые выпускают инновационную продукцию с использованием цифровых технологий, имея в виду создание новых товаров, и услуг, предназначенных для удовлетворения как уже имеющихся, так и вновь возникающих потребностей. Вторая группа авторов приводит расширенную трактовку и рассматривает цифровую экономику как новый её тип, основанный также на цифровых технологиях, но пронизывающий не узкий круг отраслей, а все сферы социально-экономической жизни общества. Подобная трактовка цифровой экономики в целом соответствует точке зрения канадского ученого Дона Тапскотта, который трактует цифровую экономику, как: «...тип экономики, характеризующийся активным внедрением и практическим использованием цифровых технологий сбора, хранения, обработки, преобразования и передачи информации во всех сферах человеческой деятельности» [1, с.176]. На наш взгляд, это определение наиболее четкое и ёмкое, поскольку базируется на трех ключевых моментах. Во-первых, это определённый тип экономики, во-вторых, базируется на внедрении и практическом использовании цифровых технологий и, в-третьих, пронизывает все сферы человеческой деятельности и таким образом выполняет не только чисто экономическую, но и социальную функцию. Европейское сообщество использует в документообороте термин «цифровая экономика», в то время как американская употребляет понятие «API экономика». При этом цифровая экономика рассматривается как результат трансформационных эффектов современных технологий в области информации и коммуникации, который влияет на все сектора экономики. Следовательно внедрение этих технологий имеет эффект далеко за пределами самих технологий. Иными словами, имеет место глубокая интеграция информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) с реальными процессами в социально-экономической жизни общества. Цифровая экономика коренным образом преобразует сферы и бизнес-процессы и включает, по нашему мнению, следующие составляющие: создание продукта электронного бизнеса, материально-техническую базу электронного бизнеса, непосредственно сам электронный бизнес, включающий его обслуживающие организации и пользователей в лице государственных органов управления, организаций и населения.

На наш взгляд, цифровая экономика – это экономика нового типа, использующая современные цифровые технологии, результат использования которых должен имеет прикладной характер во всех сферах человеческой деятельности. Тогда трактовка цифровой экономики в выше представленной интерпретации позволит найти подходы к определению её эффективности, а также масштабы проникновения в экономику и социальную сферу. Не следует путать понятия «цифровая экономика» и «информационно-коммуникационные технологии (ИКТ)». Последние следует рассматривать как совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, которые интегрированы с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и последующего использования информации в интересах её пользователей [2]. Таким образом, можно сказать, что информационно-коммуникационные технологии, привязанные к реальной экономике, должны рассматриваться, по нашему мнению, как «цифровая экономика», ибо экономика лишь использует цифровые технологии и цифровые данные. В представленной трактовке цифровой экономики закономерно возникает целый ряд вопросов, которые имеют как теоретическую, так и прикладную значимость:

- о роли и месте цифровой экономики в современной жизни;
- о результативности цифровой экономики с точки зрения роста производительности труда;
- об изменении структуры общественного производства под влиянием цифровой экономики; трансформации сфер человеческой деятельности под воздействием ИКТ;
- об изменении структуры управления организацией и качественной составляющей управленческих решений, а также трансформации информационно-коммуникационных связей между субъектами социально-экономических отношений;
- о системе показателей, используемых для оценки эффективности внедрения цифровых технологий в реальный сектор экономики и «продуктовой» отдаче от их внедрения.

На наш взгляд, при определении места и роли цифровой экономики в современном мире следует выделить предпосылки её востребованности:

- во-первых, это усложнение общественных структур и отношений в условиях НТП, вызывающих рост информационных потоков;
- во-вторых, это необходимость обработки, хранения и передачи огромных массивов разноплановой информации;
- в-третьих, необходимость использования информационных ресурсов для стратегического и оперативного управления деятельностью экономических субъектов;
- в-четвертых, необходимость развития инновационных наукоемких производств в условиях международной конкуренции во всех областях и сферах жизни;
- в-пятых, необходимость изменения организационных структур и ускорения бизнес-процессов для обеспечения устойчивого экономического роста.

Поэтому цифровую экономику следует рассматривать как координирующую инновационную надстройку реальной экономики и понимать, что она не может существовать отдельно от материального производства. В этих условиях цифровая экономика как надстройка реальной экономики должна быть драйвером развития реального сектора, оказывать воздействие на состояние и развитие непроемкой сферы и отдельно взятой личности. Появляются новые способы координации деятельности субъектов хозяйствования, государственных органов, инфраструктурных институтов и населения.

Ключевым показателем, определяющим роль цифровой экономики, является её вклад в ВВП. Пока ещё, как подчеркивают эксперты, сегмент цифровых технологий – это весьма скромная составляющая в мировой и национальной экономиках. Его доля в ВВП составляет 6 % в странах-членах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и значительно меньше в развивающихся странах. В США, где действуют 8 из 14 крупнейших в мире по размерам дохода высокотехнологичных компаний, вклад цифровых технологий в ВВП составляет 7 % [3].

В Республике Беларусь эффективность цифровизации оценивается не вкладом в ВВП, а количеством мероприятий по подпрограммам «Программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы», сравнением фактических количественных показателей с плановыми в целом по Программе и уровнем освоения средств, выделенных на её реализацию. Более того, несмотря на цель Программы, которая обозначена как «...совершенствование условий, содействующих трансформации сфер человеческой деятельности под воздействием ИКТ, включая формирование цифровой экономики, развитие информационного общества и совершенствование электронного правительства» [4], в рамках её реализации, на наш взгляд, не нашла отражения направленность на реальный сектор экономики, как исходный, способствующий росту общественной производительности труда. Несмотря на то, что объектом третьей подпрограммы «Цифровая трансформация» заявлены бизнес-процессы, в действительности они охватывают только непроемкую сферу, в частности, образование, здравоохранение, социальную защиту, транспортное обеспечение, деятельность пограничных служб. В этой связи отсутствуют реальные ключевые показатели эффективности цифровизации бизнес-процессов, такие как, например, вклад в ВВП, рост общественной производительности труда, рост экспорта и другие. Таким образом, становится очевидным, поскольку цифровизация, в белорусской интерпретации, в большей степени направлена на непроемкую сферу, то можно утверждать, что она имеет преимущественно социальную направленность, а не экономическую. В тоже время в российской интерпретации цифровая экономика рассматривается как «...хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объёмов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [5].

В приведенной трактовке акцентируется внимание на хозяйственной деятельности и конечным потребителем выступает, прежде всего, реальный производитель продукции, работ, услуг. Внедрение ИКТ должно быть направлено на снижение себестоимости выпускаемой продукции, но, поскольку не все белорусские предприятия готовы к этим изменениям, цифровизация не должна превращаться из средства повышения эффективности производства в задекларированную сверхзадачу. Переход на цифровую экономику

возможен, по нашему мнению, теми субъектами хозяйствования, которые готовы к трансформации факторов производства (орудия труда, предметы труда и рабочая сила) и их взаимодействию. Трансформации факторов производства осуществляется посредством использования виртуального товара, позволяющего изменить бизнес-процессы на основе технологических инноваций.

Меняется и структура общественного производства под влиянием цифровизации. Традиционно структура национальной экономики представлена тремя секторами: сельскохозяйственный сектор (8,4 %), промышленный сектор (40,2 %) и сектор услуг (51,4 %) [6]. Продукты и услуги цифрового сектора используются всеми отраслями и сферами деятельности. Этот сектор, на наш взгляд, можно одновременно рассматривать и как создающий специфический продукт или услугу, и как инфраструктурный (обслуживающий) другие сектора экономики. Поскольку в цифровом секторе оказываются не только услуги, но и создается специфический продукт, то его можно рассматривать как самостоятельный сектор, что позволяет объективно оценить, с одной стороны, уровень развития самого сектора, а с другой, степень проникновения в другие сектора экономики с позиций изменения доли участия в создании ВВП. Следовательно, цифровой сектор (ПВТ, IT-компании и т.д.) следует рассматривать как особый сектор национальной экономики, под влиянием развития которого будет трансформироваться структура общественного производства. Так, удельный вес собственно этого сектора в ВВП будет неуклонно возрастать, а доля традиционных секторов в результате роста производительности труда под воздействием ИКТ соответственно снижаться.

В связи с тем, что информация становится важнейшим производственным ресурсом, наряду с трудовым, материальным и финансовым, традиционная организационная структура управления видоизменяется под влиянием ИТК за счет интеграции отдельных функций подразделений. Возрастает не только объём, форма представления информации, но и её содержание в контексте трансформации задач и функций управления предприятием в условиях электронного бизнеса. Основная задача управления – повышение эффективности принимаемых решений за счет компетентности персонала, скорости принятия решений и осуществлении нестандартных процедур управления. Интегрированные информационные технологии управления предприятием позволяют автоматизировать процессы планирования, учёта и контроля. Отпадает необходимость в разветвлённой структуре управления, происходит централизация функций в связи с автоматизированной системой сбора, обработки, анализа и предоставления информации для оперативного принятия грамотных управленческих решений в условиях конкурентной среды. Одной из важнейших целей предприятия становится формирование информационной инфраструктуры и обеспечение безопасности информации. Роль работника (топ-менеджеров, бизнес-аналитиков, работников IT-подразделений) будет востребована только при выполнении тех функций, которые не поддаются формализации.

На наш взгляд, современная структура управления в таких условиях будет включать три основных блока: информационный, технико-технологический и аналитический, включающих соответствующие подсистемы. В целом же предприятие превращается в эффективный информационно-производственный центр, в котором на базе обработки входных и выходных массивов информации достигается основная цель его деятельности.

Если рассматривать цифровизацию как новую форму управления реальной экономикой, то правомерно сравнить результаты её эффективности не только с точки зрения фактических сводных целевых показателей и целевых показателей Государственной программы, по результатам подсчета которых имелись определенные успехи её внедрения, но и по традиционным, привычным макроэкономическим показателям, например, ВВП и др. Именно они могут дать нам представление о хорошо или плохо работающей экономике в условиях цифровизации. Ибо сколько не цифровизируй экономику, сколько не добивайся охвата ИКТ различных сфер жизнедеятельности, в конечном счете, каждая страна должна заботиться о национальной безопасности и развивать, в первую очередь, реальный сектор экономики.

Исходя из авторской позиции ключевыми показателями, характеризующими развитие собственно цифрового сектора и результативность его взаимосвязи с другими секторами экономики, могут рассматриваться:

- уровень и динамика объёмных показателей продукта и услуг, создаваемых в цифровом секторе;
- удельный вес цифрового сектора в ВВП страны;
- динамика качественных показателей, характеризующих эффективность деятельности цифрового сектора (производительность труда, рентабельность и др.);
- доля цифрового сектора в экспорте страны;
- доля цифрового сектора в налоговых доходах государства и другие.

В отличие от цифрового сектора эффективность цифровизации в других секторах экономики можно проследить, на наш взгляд, не с помощью прямых показателей, а косвенно, через:

- рост инвестиций в инновации, связанные с автоматизацией и роботизацией производства, совершенствованием вычислительных процессов;
- рост инвестиций в интеллектуальный капитал;
- рост технической вооруженности труда;
- повышение удельного веса современных технических средств в общем объёме основных средств предприятий и организаций;
- рост производительности труда;
- увеличение удельного веса инновационной продукции и повышение её конкурентоспособности;
- сокращение численности занятых в реальном секторе;
- увеличение в структуре персонала доли высокоинтеллектуального труда;
- сокращение продолжительности рабочего и увеличение свободного времени;
- расширение рынков сбыта, увеличение клиентской базы и укрепление деловых связей;
- повышение эффективности продаж.

Следует констатировать: когда происходит наращивание результирующих показателей цифрового сектора и одновременно наблюдается значительный рост показателей реального, то вполне правомерно использовать термин «цифровая экономика», в противном случае корреляции между цифровым сектором и отраслями народного хозяйства, создающими реальный, а не виртуальный продукт, проследиваться не будет, так как у каждого из них будет «своя жизнь».

Литература

1. Бабкин, А.В. Цифровая экономика и развитие инновационно-активных промышленных кластеров [Электронный ресурс] / А.В. Бабкин // Инновационные кластеры цифровой экономики: драйверы развития: труды научн.-практ. конф. с междунар. участием; под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. – 535 (С. 176). – Режим доступа: <http://inexprom.spbstu.ru/files/inprom-2018/inprom-2018.pdf>. – Дата доступа: 10.11.2020.
2. Информационно-коммуникационные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/pedagogika/informacionno-kommunikacionnye_tehnologii/. – Дата доступа: 8.11.2020.
3. Цифровизация экономики как драйвер инновационного развития [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.google.com/search>. – Дата доступа: 8.11.2020.
4. Информация о ходе выполнения Государственной программы в 2018 году [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by/ru/informaciya-o-hode-vo-polneniya-gosudarstvennoy-programmy-v-2018-godu>. – Дата доступа: 17.11.2020.
5. Гарифуллин, Б.М. Виды бизнес-моделей компаний в цифровой экономике / Б.М. Гарифуллин, В.В. Зябриков // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.researchgate.net/>. – Дата доступа: 19.11.2020.
6. Отраслевая структура и хозяйственные комплексы Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=180>. – Дата доступа: 19.11.2020.

Д.А. Фролова, А.В. Бородин
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь

Alexandr Valer'evich, Daria Alexandrovna
Belarussian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus

ИМИДЖ БАНКА: ОЦЕНКА И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

IMAGE OF THE BANK: EVALUATION AND WAYS OF IMPROVEMENT

Цель этой статьи: разобраться в том, что такое имидж банка, как его оценивать и совершенствовать. В статье описываются главные составляющие имиджа банка и то, как это может оказаться очень полезным управленческим инструментом, который может помочь руководству банка улучшить свою деятельность и развитие.

The purpose of the article is to present the importance of a financial institution's image, how to evaluate and improve it. It focuses on what comprises a bank's image and how that information can be used as a management tool further enhancing operations and development.

«Встречают по одежке, провожают по уму». Пословица, которая берет свое начало в Древней Руси, все еще актуальна и не только для человека, но и для бизнеса.

Общество склонно оценивать все вокруг себя. И так устроена психика человека, что первым делом он обращает внимание на внешние признаки, а уже потом изучает остальные аспекты. Поэтому в современном мире жесткой конкуренции имидж играет огромную роль в обществе.

«Имидж» в переводе с английского языка – «образ, отражение», то есть это представление, которое человек или предприятие (компания) производят на окружающих.

Существует сложившееся представление о том, каким должен быть преподаватель, врач, руководитель или художник. И это играет большую роль при формировании впечатлений. Успешный и тщательно продуманный образ помогает привлечь внимание к человеку, а также завоевать высокую лояльность потребителей, благодаря чему предприятие (компания) впоследствии занимает лидерские позиции на рынке [1].

Понятие «имидж банка» включает в себя совокупность представлений, мнений и видений различных контактных групп о банке. Можно сказать, что имидж банка – это первые ассоциации, которые возникают у человека при контакте с названием банка. Изучения и анализ таких ассоциаций позволяют определить уровень доверия к банку, от которого зависит его способность привлекать финансовые ресурсы, следовательно, осуществлять свою деятельность.

Имидж – очень важный актив для банка. Оценка имиджа банка варьируется от оценки одной интеллектуальной собственности банка к другой. К интеллектуальной собственности банка относят результаты творения человеческого разума, такие как изобретения, символика, названия и изображения и т. д., используемые в коммерческих целях. Она определяет разделение совокупного имиджа банка на элементы.

Деловой имидж формируется отношением между банком и компаниями, с которыми взаимодействует банк.

Социальный имидж формируется информированием общественности о всех социальных аспектах деятельности предприятия (благотворительность, занятость, спонсорство) [2].

Имидж в финансовом секторе формируется способностью банка предоставлять самые выгодные условия на рынке для любого рода услуг.

Имидж, созданный технологиями банка, формируется списком технологий, которыми пользуется сам банк или которые предоставляет банк для использования потребителям. Все элементы совокупного имиджа банка представлены на рисунке 1.

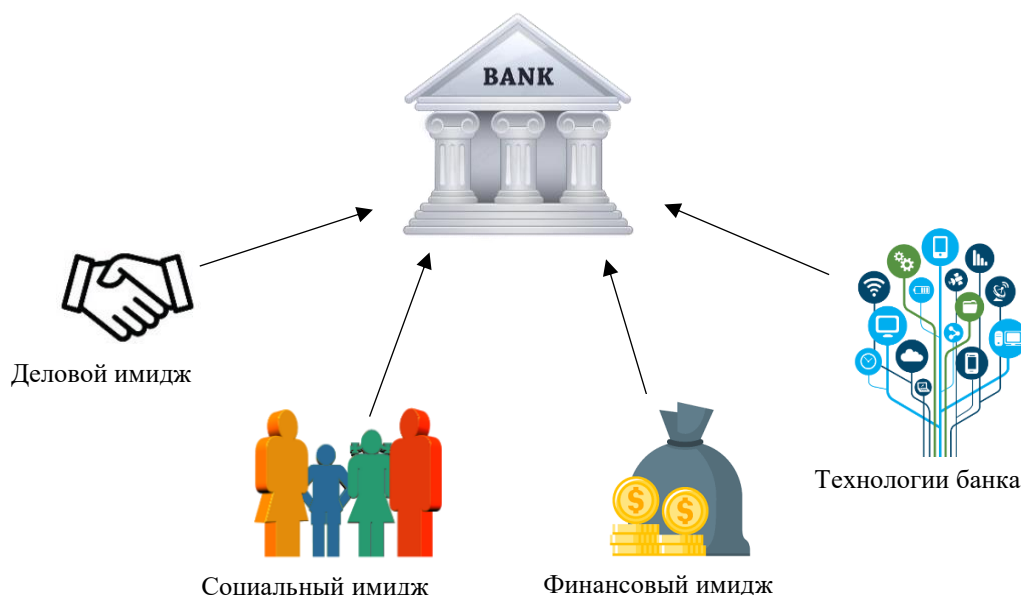


Рисунок 1 – Элементы совокупного имиджа банка

Поэтому к формированию и управлению имиджем банка можно отнести комплекс мероприятий, которые включают:

- передачу фирменного стиля с использованием различных маркетинговых приемов;
- управление банком, особенно в отношении рисков и пруденциальных норм;
- качественные банковские продукты (кредиты, обслуживание сбережений, банковские карты, обслуживание банковских переводов, цифровой банк, мобильный и SMS-банкинг);
- высокий уровень обслуживания клиентов.

Имидж является неотъемлемой частью любого бизнеса, даже если предприятие (компания) не вкладывает силы на его формирование. Он может появиться спонтанно в виде положительной или отрицательной реакции клиентов. И если довольные клиенты и положительные отзывы – желаемый эффект, то отрицательные отзывы сформируют такую репутацию, скорректировать которую будет гораздо сложнее.

Поэтому следует учитывать следующие шаги при формировании или улучшении имиджа банка:

- оценить текущий имидж с помощью качественных (фокус группы и индивидуальные интервью) и количественных методов (создать описательную базу и шкалы для дальнейшей количественной оценки, построить гипотезы для дальнейшей проверки);
- осуществить обзор и анализ философии, на которой основывается деятельность банка (при необходимости его переоформление);
- провести проверку соответствия между миссией, целями и долгосрочной стратегией банка;
- оценить элементы внешнего и внутреннего образов имиджа.

К внутренним проявлениям имиджа относят корпоративную политику и культуру внутри компании.

Под внешними проявлениями имиджа понимают разработку качественных услуг; создание фирменного стиля; позиционирование банка в отношениях с клиентами, партнерами и конкурентами. Отличным примером внешнего проявления имиджа является Сбербанк. На конференции 24 сентября 2020 года было продемонстрировано, что «Сбербанк – больше чем банк» и хочет позиционировать себя как технологическая компания, которая предоставляет свои услуги не только в банковской сфере (Рисунок 2).

В основе этого лежит сильное усиление конкуренции среди традиционных классических банков с высокотехнологичными компаниями, которые начинают проникать в финансовый сектор. Банки вынуждены трансформироваться с оглядкой на финтех. Сбербанк в данном случае позиционирует себя как банк+, который может не только открыть счет или выдать кредит.

Для банков внутренний имидж играет большую роль при формировании общего образа, помогает выделяться среди конкурентов и повышать уровень лояльности среди клиентов. Часто благодаря сотруднику клиент может увидеть жизнь банка изнутри, тем самым удержать или привлечь потенциальных клиентов, или оттолкнуть их. Распространение подобной информации происходит в неформальном общении, поэтому она вызовет больше доверия, нежели реклама.



Рисунок 2 – Внешнее проявление имиджа на примере «Сбербанка»

Имидж банка качественно оценивает мнение широкой общественности о деятельности банка, принимая во внимание также деятельность его акционеров, их аффилированных лиц и дочерних компаний.

Работая над формированием внутреннего имиджа банка, необходимо обратить внимание на такие его составляющие:

- как образ руководителя подразделения банка и каждого отдела – его профессиональные способности, стиль управления, личностные характеристики и даже внешние данные;
- образ персонала – профессионализм, культура общения внутри банка и с клиентами, физические и социальные данные;
- корпоративная культура – социально-психологический климат, условия труда, уровень надежности и стабильности, забота о персонале [3].

Корпоративный имидж представляет собой инструмент, который создан для достижения стратегических целей банка. Имидж играет важную роль для компаний в финансовом секторе и банковской сфере, так как в данном сегменте рынка отношения основаны чаще на доверии.

Кроме того, имидж может восприниматься как объективный результат деятельности банка на рынке, порожденный совпадением интересов банка и интересов общественности и клиентов.

Имидж банка можно рассмотреть с трех сторон:

1. Намеренно созданное представление, сфера действия которого заключается в эмоциональном и психологическом получении информации с целью рекламы.
2. Фиксированное мнение клиентов, партнеров и широкой общественности о престиже банка, качество его продуктов или услуг, репутация его руководства.
3. Сложная система визуальной идентификации, что способствует созданию благоприятного организационного стиля и усиливает рекламное воздействие на клиентов, следовательно, увеличивается доверие партнеров, что способствует улучшению рыночных позиций банка.

Положительный имидж банка формирует доверие и ускоряет процесс принятия решения: впервые воспользоваться услугой банка или повторно обратиться в банк. Также позитивный имидж привлекает партнеров, инвесторов и работников, сокращает расходы на рекламу и увеличивает доходы банка и его конкурентоспособность.

Финансовый сектор характеризуется высоким уровнем конкуренции. Чтобы обеспечить его конкурентные преимущества и преимущество в своей деятельности, банку следует доказать, что он надежен. Надежность банка можно определить по кредитным рейтингам и финансовым показателям банка, которые характеризуют способность банка держать деньги в обороте.

Банкам следует уделять пристальное внимание управлению имиджем банка, так как это направление оказывает влияние на приток клиентов, увеличение финансовых ресурсов, следовательно, усиление своей доли рынка.

Особенно важно развивать имидж банка, когда банк сталкивается с проблемами, связанными с репутацией или долей на рынке. Это позволяет банку возобновить свою деятельность в новом образе.

Имидж – это результат повседневной деятельности банка, который не создается исключительно отделом маркетинга. Процесс должен начинаться со сбора информации, относящейся к текущему положению дел в банке и в банковском секторе. При оценке текущего имиджа банку будут полезны исследования по определению степени конкурентоспособности; оценка преимуществ и недостатков по сравнению с конкурентами; анализ ассортиментной политики банковских продуктов и услуг; определение портрета целевой аудитории; определение уровня удовлетворенности существующих клиентов, их ожидания и степень лояльности к банку.

Финансовый рынок характеризуется высоким уровнем волатильности, которая связана с существованием большого количества факторов, определяющих деятельность и развитие рынка. В такой постоянно меняющейся среде банкам следует учитывать различные риски, которые присутствуют в процессе достижения их основной цели – максимизации прибыли. Учет всех рисков, связанных с банковской деятельностью, должен осуществляться разумным образом. Для этого нужно принимать во внимание не только правила, введенные центральным банком, желательный уровень прибыли или возможные убытки, но также возможное воздействие как на внешний, так и на внутренний имидж банка.

Имидж банка качественно оценивает мнение широкой общественности о деятельности банка. Это также средство общения с социальным массовым сознанием, способ передачи информации от банка к общественности, достижения целей для того, чтобы быть первым.

Положительный имидж приводит ко многим значительным преимуществам для банка, таким как привлечение внимания потенциальных клиентов, партнеров, инвесторов и работников, сокращению расходов на рекламу и увеличению доходов банка и его конкурентоспособности.

Банк должен сделать все возможное, чтобы обеспечить стабильность, долговечность, прибыльность и надежность, что влияет на положительный имидж банка. Имидж вызывает у общественности доверие к банку. Здесь следует упомянуть, что банк должен быть осторожен при создании своего образа на основе его реальных возможностей без невыполнимых обещаний. В противном случае этот диссонанс приведет к отрицательному имиджу для банка из-за асимметрии между предложениями банка и спросом клиентов, а также к невыполнению обещаний и ожиданий, о которых сообщалось ранее через образ банка.

Литература

1. Визуальный имидж в рамках корпоративного имиджа организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://guiy.hram-tc.ru/vizualnyj-imidzh-v-ramkah-korporativnogo-imidzha-organizacii/>.

2. Виды имиджа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/reklama_i_pr/vidy_imidzha/.

3. Формирование имиджа компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.demis.ru/articles/formirovanie-imidzha-kompanii/>.

Д.А. Фролова, Ш.И. Шнейдер
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь

Darya Alexandrovna, Shelly Igorevna
Belarussian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus

ПОЧЕМУ КОМПАНИИ МОГУТ БЫТЬ БОЛЬШЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТАХ?

WHY CAN COMPANIES BE MORE INTERESTED IN YOUNG SPECIALISTS?

В работе рассказывается, почему компании берут молодых специалистов на стажировки, почему это экономически выгоднее, чем сразу брать более опытных специалистов. Что это – социальная ответственность бизнеса или польза для самого бизнеса?

The article explains why companies hire young specialists for internships, why it is more economically profitable for them than immediately hiring more experienced specialists. Is this social responsibility of the business or the benefit for the business itself?

Поиск молодых сотрудников в компании – тенденция последних десяти лет. В-первую очередь такой подход в подборе персонала стал более популярен, потому что позволяет подготовить качественно необходимого сотрудника под специфику и условия предприятия, а также имеет достаточно низкую стартовую стоимость молодого специалиста. Многие компании приняли для себя решение, что выгодно инвестировать в развитие молодых специалистов, которые приходят работать в компанию после университетов и на месте проводить дополнительное обучение именно своему продукту.

Такие «будущие сотрудники» более замотивированы, их не надо переучивать, к тому же компания получает талантливых сотрудников, которые прошли много этапов собеседований и проверки заданий. Первое место работы имеет большое значение для любого человека, и когда это место выбрано правильно, сотрудник обычно очень быстро начинает ощущать себя частью этого дела (этого бизнеса), он чувствует себя по-настоящему неравнодушным и максимально стремится помогать создавать и развивать этот бизнес.

Среди студентов старших курсов существует здоровая конкуренция, так как все хотят получить достойное первое место работы. Такая ситуация компаниям позволяет подбирать молодых сотрудников с теми знаниями и умениями, которые будут необходимы и полезны конкретно для них.

Компания готова затратить силы, время и финансовые ресурсы на обучение молодых специалистов. Такие специалисты, как правило, более усердны и трудолюбивы в работе, проще и быстрее воспринимают новую информацию, могут работать больше (так как не обременены семейными вопросами), для того чтобы разобраться в поставленных задачах и показать хорошие результаты. Молодые специалисты полны сил и энтузиазма, стремления получить бесценный опыт, хотят развиваться и планируют строить карьеру.

Два серьезных фактора, при прочих равных, оказывают влияние на прибыль компании, и они напрямую связаны с людьми. Первый – это продуктивность: то, насколько люди эффективны. Второй – текучка: насколько часто люди уходят с рабочих мест и, следовательно, насколько часто нужно нанимать на их место новых сотрудников.

Компаниям, ориентированным на долгосрочную стратегию развития, следует проявлять интерес к молодым талантливым и перспективным людям. Направлять, обучать и поддерживать их – это позволит снизить текучесть персонала и повысить эффективность работы персонала, а значит и всего бизнеса. Если все работают как единая коллективная команда и имеют на общем пути одну из общих целей – максимизацию прибыли – вклад каждого имеет огромное значение.

И в этом процессе первостепенное значение имеет не низкая стартовая стоимость молодого специалиста, а возможность подготовить необходимого сотрудника, который будет качественно разбираться в специфике работы компании. Принцип «Строить проще, чем перестраивать» актуален не только в буквальном смысле, но и при работе с такой тонкой материей, как человеческая натура.

Сегодня текучесть персонала – это «бич бизнеса», это влечет за собой уменьшение производственных показателей, качество работы, а как следствие и финансовые убытки. Для большинства рекрутеров не будет новостью, что отыскать хорошего специалиста даже в условиях кризиса очень непросто.

Излишняя текучесть создает большие экономические потери, а также вызывает организационные, кадровые, технологические и психологические проблемы, оказывает плохое влияние на моральное состояние коллектива, на их трудовую мотивацию и преданность компании. С уходом специалистов нарушаются взаимосвязи в рабочей команде.

При определении экономического ущерба, который был вызван текучестью персонала, учитываются:

1. потери, которые были вызваны перерывами в работе;
2. потери, которые обусловлены необходимостью обучения и переобучения новых работников;
3. потери, которые были связаны со снижением производительности труда у рабочих перед увольнением;
4. потери, которые были вызваны недостаточным уровнем производительности труда вновь принятых рабочих;
5. затраты на набор персонала в результате текучести;
6. потери из-за недостатков в работе вновь поступивших сотрудников [2].

Общий масштаб экономического ущерба, который был вызван текучестью персонала, равен сумме всех частных потерь.

Полагается, что организации экономически гораздо выгоднее внедрять новые меры по адаптации новых сотрудников, чем испытывать постоянную нехватку специалистов вследствие повышенной текучести. Система адаптации персонала является таким индикатором успешности работы по поиску, отбору и найму персонала – если она не отлажена надлежащим образом, все усилия по рекрутингу трудовых ресурсов будут бесполезны последующими быстрыми увольнениями принятых сотрудников.

Сегодня на белорусском кадровом рынке наиболее открытыми для привлечения молодых специалистов и студентов старших курсов является IT-компания. Около 12 % занятых в IT-отрасли – студенты, 49 % IT-специалистов получили первую работу в IT-секторе до 21 года, ещё в студенчестве.

Чаще молодых сотрудников берут на первые позиции. Многие компании готовы привлекать на работу студентов старших курсов даже без опыта работы, обучают их и получают на выходе хорошо подготовленных сотрудников, которые в дальнейшем становятся полезными и успешными сотрудниками. Такие сотрудники способны добиваться невероятных успехов, так как их работа для них действительно важна. И если они будут невероятно успешны, то и компания тоже будет успешной, что означает большие прибыли и новые вершины для всех заинтересованных лиц.

В IT-компаниях начальные позиции – это «Junior» – специалист с маленьким опытом работы или без него, который на начальном этапе работы проходит стажировку в компании. Основное требование к такому специалисту – умение самостоятельно выполнять задания. В большинстве случаев для того, чтобы помочь молодым специалистам адаптироваться, понять как работает компания и набраться опыта, Junior, – специалисты реализуют простые задачи: например, части проекта, которые затем объединяются.

Junior, который уже набрался достаточно опыта, повысил качество работы и научился качественно выполнять свои задачи, может претендовать на позицию «Middle», специалисты которые понимают масштаб и объем проекта, но тоже разрабатывают только его части, хотя и более объемные. Middle способен сам выполнять сложные задания проекта, причём не только технические, но и административные. На этом уровне специалист должен понимать

требования бизнеса и уметь реализовывать их на практике. Такой подход в организации работы компании, когда специалист постепенно набирается опыта и усложняются требования его работе, очень удобный и эффективный. Поэтому в IT-секторе текучесть персонала относительно не высокая (приблизительно 12-15 %).

В 2012 году 51 % IT-специалистов имел опыт работы свыше 3 лет, тогда как в 2018-м этот показатель увеличился до 72 %. В последние несколько лет доля сотрудников с опытом выше 7 лет выросла с 17 % до 28 %. Эти данные говорят о том, что профессионалы в IT преимущественно остаются работать в отрасли, не переходя в другие сектора экономики.

Такая тенденция на рынке труда предлагает новые возможности для энергичной и замотивированной молодежи быстрее влиться в мир современного бизнеса, появляется все больше возможностей для начала их карьеры. Однако не все компании готовы принимать на работу молодых специалистов, есть и наниматели, которые не приветствуют студентов, считая их недостаточно компетентными, а ожидания и требования которых слишком завышенными. Так из анализа исследовательский центр РАБОТА.TUT.BY видно, что для того, чтобы обратить на себя внимание и быть приглашенным на собеседование, хорошо бы по максимуму обладать необходимыми профессиональными компетенциями, а лучше иметь хотя бы минимальный опыт работы в целом (рисунок 1).



Рисунок 1 – Отношение компаний к молодым специалистам без опыта [1]

Среди основных факторов, которые влияют на решение пригласить кандидата без опыта работы на собеседование, опрошенные работодатели выделили так же проявление инициативы (29,5 %). Если опыт работы пока отсутствует, следует обратить внимание на вашу мотивацию: например, прикрепить к резюме качественное сопроводительное письмо, объяснив желание работать в компании и рассказав, чем именно можете быть полезны работодателю (рисунок 2).

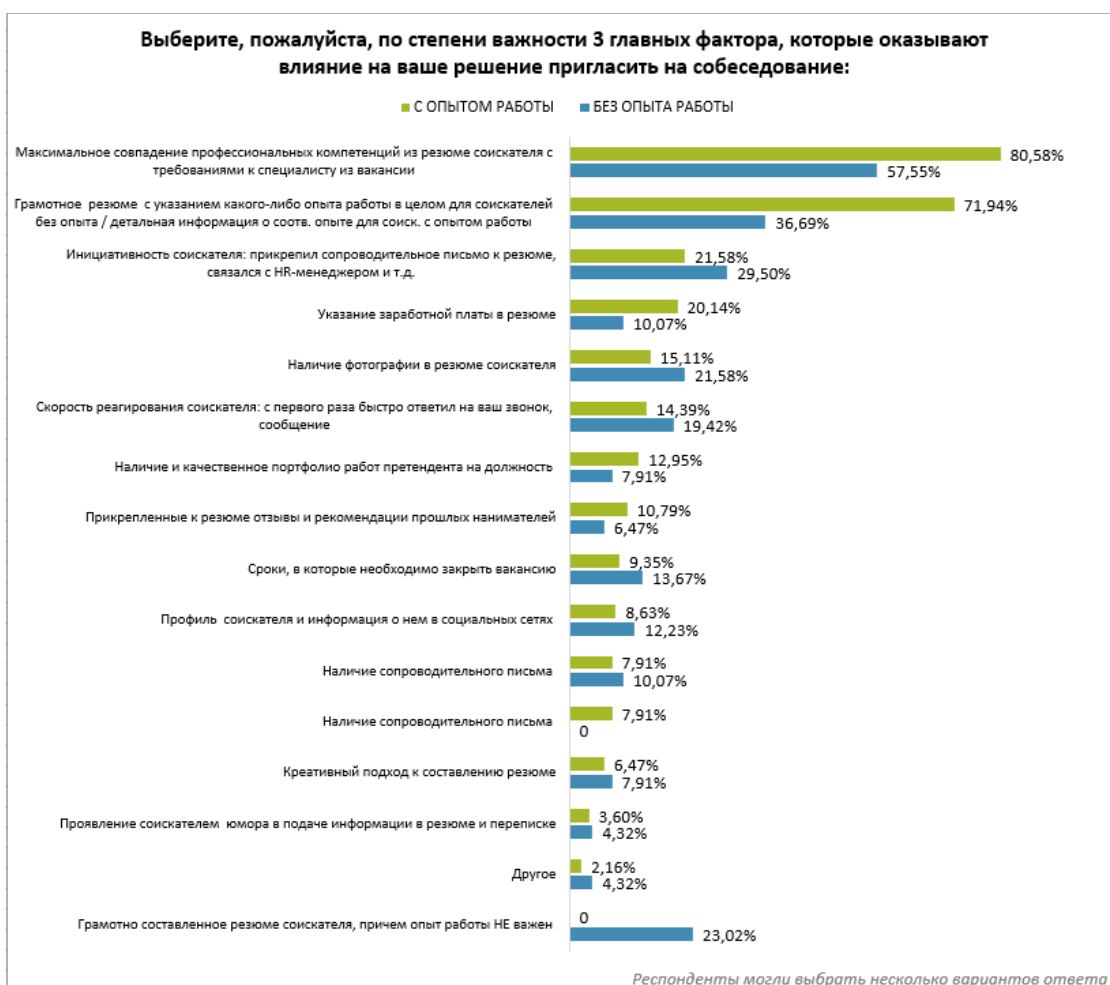


Рисунок 2 – Факторы, которые влияют на решение пригласить кандидата [1]

Конечно, при поиске нового сотрудника для компании играет огромную роль профессиональные качества и уровень подготовки, но личные качества также не уходят на второй план, что дает надежду и для молодых специалистов.

Поэтому, если студент проявит исполнительность, ответственность и инициативу, то его шансы не только успешно пройти стажировку в компании (испытательный срок), но и остаться работать уже в качестве полноценного сотрудника увеличиваются (рисунок 3).



Рисунок 3 – Ожидание качеств от практикантов компанией

Любой руководитель компании ценит в своих сотрудниках преданность делу, трудолюбие, внимание к деталям, талант, стремление к достижению наилучших результатов. Поэтому студентам старших курсов следует проявлять себя, а компаниям обращать внимание на молодые кадры нашей страны.

Литература

1. <https://rabota.by/> [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rabota.by/article/23865>.
2. <https://superjob.ru/> [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.superjob.ru/-community/otdel_kadrov/56658/.

Н.П. Четырбок

Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Республика Беларусь

N.P. Chetyrbock

Brest State Technical University,
Brest, Republic of Belarus

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КАК ДОМИНАНТНЫЙ ФЕНОМЕН РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

COMPETITION AND COMPETITIVENESS AS THE DOMINANT PHENOMENON OF THE MARKET ECONOMY

Аннотация. В данной статье рассмотрены базовые понятия рыночной экономики: «конкуренция» и «конкурентоспособность». Широко раскрыты подходы различных авторов к пониманию данных дефиниций, автором статьи сделан обоснованный вывод относительно понятия «конкурентоспособность страны».

Annotation. This article includes discusses of the basic concepts of the market economy: «competition» and «competitiveness». The approaches of various authors to the understanding of these definitions are widely disclosed, the author of the article made a well-founded conclusion regarding the concept of «competitiveness of a country».

Национальная (макроэкономическая) конкурентоспособность – это одно из модных слов, которое чаще всего используют политики, экономисты и другие в современном глобализированном мире. Однако концепция конкурентоспособности – очень спорный вопрос. Есть много концепций и подходов для определения общей конкурентоспособности страны.

Чтобы раскрыть сущность «национальной конкурентоспособности» необходимо рассмотреть такие ключевые понятия современной экономики, как «конкуренция» и «конкурентоспособность» в целом.

На протяжении многих десятилетий изучением вопросов конкуренции и обеспечения конкурентоспособности товара, фирмы, страны занимались учёные из многих стран. Существенный вклад в развитие исследований в рамках данной проблематики внесли А. Смит, Д. Рикардо, П. Самуэльсон, М. Портер, Э. Хекшер и Б. Олин, Ф. Котлер, Дж. Кейнс, П. Хейне, К.Р. Макконнел и др.

Многие учёные представляли миру различные концепции определения конкуренции, для которых была характерна одна и та же черта: в своих работах они затрагивали лишь одну из многих сторон данного явления.

Так, американский экономист П. Хейне считает, что конкуренция – это стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам [1].

По мнению К.Р. Макконнела конкуренция – это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность покупателей и продавцов свободно выходить и покидать его [2].

Российский учёный Р. Фатхутдинов определяет конкуренцию как процесс управления со стороны субъекта своими конкурентными преимуществами для достижения стратегических целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей, с учётом действующего законодательства [3].

Однако, несмотря на всё многообразие определений конкуренции, большинство экономистов сходится в одном: конкуренция и конкурентная борьба являются двигателями развития экономики, фундаментом которой является рыночный механизм. Они позволяют эффективнее распределять и перераспределять ограниченные ресурсы между субъектами рыночных отношений.

Конкуренция по сути своей является непременным атрибутом рынка, условием его существования. Конкуренция – это самый дешёвый и эффективный способ контроля, т. к. наличие конкуренции на рынке заставляет производителя искать менее затратные пути решения проблемы.

Понятие «конкуренция» происходит от латинского термина «concurrentia», который можно перевести как «столкновение», что как нельзя лучше отражает сущность экономических отношений, складывающихся в процессе борьбы за лидерство между субъектами хозяйствования на глобальных и локальных рынках. С конкуренцией неразрывно связана конкурентоспособность.

В эпоху глобализации и интернационализации рынков вести эффективно конкурентную борьбу способны только конкурентоспособные товары, фирмы, отрасли и страны. Какого-то единообразного определения конкурентоспособности в экономической науке нет, что связано с непосредственной зависимостью от рассматриваемого объекта.

Конкурентоспособность – это разноплановая категория, которая используется применительно и к создаваемой продукции, и к предприятиям, отраслям, и к целым странам. Другими словами, конкурентоспособность проявляется на нескольких уровнях: товарном, микро-, мезо- и макроуровнях (см. табл. 2).

Таблица 2 – Уровни конкурентоспособности

Уровень конкурентоспособности	Объект или субъект конкурентоспособности
товарный	товары, работы, услуги
микроуровень	предприятие, организация, учреждение
мезоуровень	объединение предприятий, отрасли
макроуровень	страновая конкурентоспособность, конкурентоспособность регионов

Самой исследованной является конкурентоспособность товара. И, конечно же, в большинстве случаев конкурентоспособность товара увязывается с его качеством, т. е. с соответствием его потребительским предпочтениям либо определённому техническому уровню. Однако качество – это одна из определяющих особенностей конкурентоспособности товара. Без умелого управления товаром в пространстве и во времени его высокое качество не играет существенной роли на конкурентном рынке. Иными словами, конкурентоспособность товара предполагает быструю реакцию поставщиков на требования покупателей и изменившиеся условия рынка. Сейчас важно не только создать качественный товар в необходимом объёме, но и обеспечить его обслуживание на рынке.

Конкурентоспособность товара – это тот необходимый комплекс технических, стоимостных и коммерческих характеристик товара, который позволяет ему пользоваться большим потребительским спросом в сравнении с товарами-конкурентами в сложившихся условиях в определённый период времени.

Конкурентоспособность товара отражает эффективность деятельности фирмы, т. е. непосредственно влияет на конкурентоспособность конкретного предприятия. Наличие конкурентоспособного товара не даёт фирме преимуществ перед конкурентами на рынке, если фирма проводит неэффективную политику сбыта товара; не учитывает ёмкость рынка, степень его однородности, возможности фирм-конкурентов, технический потенциал отрасли, конкурентоспособность отрасли и страны, условия проникновения в отрасль. И в конечном итоге конкурентоспособность предприятия зависит и от сложившейся системы взаимодействия с государством, между предпринимателями как друг с другом, так и с наёмными работниками.

Можно сказать, что конкурентоспособность предприятия – это результаты функционирования его внутренней среды, а также умение адаптироваться к динамичным условиям внешней среды.

Необходимо отметить, что конкурентоспособность фирм влияет на позиции отрасли и страны в конкурентной борьбе как на внутреннем, так и на международном рынках. Отраслевая конкурентоспособность наиболее подробно рассмотрена профессором Гарвардского университета М. Портером, которая, как он считает, заключается в наличии у отрасли конкурентных преимуществ. Под конкурентными преимуществами он понимает наличие в отрасли возможности производить высококачественную продукцию с издержками ниже мировых, а также поставлять её в оптимальные сроки. Изучением проблем конкурентоспособности отрасли занимаются на мезоуровне. При оценке конкурентоспособности отрасли нужно отметить состояние материально-технической базы предприятий отрасли, объём инвестиций в инновации, величину экспортных поставок, способность конкурировать с импортными товарами, среднюю величину затрат на электроэнергию в себестоимости производимых товаров. На макроуровне термин «конкурентоспособность» применяется к странам.

Проблема обеспечения конкурентоспособности – это одна из самых актуальных в мировой экономике, изучением которой, помимо отдельных учёных, занимаются и различные научно-исследовательские институты по всему миру и организации (Всемирный банк, Организация экономического сотрудничества и развития).

Например, Организация экономического сотрудничества и развития под конкурентоспособностью понимает способность компаний, отраслей, регионов и наций обеспечить сравнительно высокий уровень дохода и заработной платы, оставаясь открытыми для международной конкуренции.

Многие учёные, характеризуя понятие «конкурентоспособность», отталкиваются от термина «конкуренция», понимая под ним «экономическое соперничество». Некоторые из определений конкурентоспособности представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Определения термина «конкурентоспособность»

Автор	Определение термина «конкурентоспособность»
М. Портер	Способность товара или услуги, субъекта рыночных отношений выступать наравне с присутствующими на рынке конкурирующими товарами или услугами, субъектами рыночных отношений
Е.Дж. Визер	Способность фирмы приобрести, удержать или увеличить долю на рынке
Р. Фатхутдинов	Свойство объекта, характеризующееся степенью удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке
М. Мескон, А. Альберт, Ф. Хеллоури	Обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономических отношений

На национальном уровне существует множество определений и концепций конкурентоспособности, поэтому это не только один подход к макроэкономической конкурентоспособности. Его определение до сих пор не единственное. «Определение конкурентоспособности наций – спорный вопрос» [1, 59-88]. Самый простой способ – определять конкурентоспособность стран по показателям экспорта [2], например применять комплексную концепцию, выражающую возможность национальной экономики выдержать испытание в международном контексте. Это означает способность страны продавать за границу больше, чем покупать, таким образом, торговый баланс следует рассматривать как уровень конкурентоспособности в макроэкономических масштабах. Мы также можем связать внешнеторговый баланс и внутренние показатели развития экономики страны. Например, Ф. Уленгин подтверждает, что торговый баланс и рыночная доля недостаточны для характеристики всей конкурентоспособности страны [3, 203-226]. Предыдущий подход не учитывает качество продуктов, их безопасность, условия труда, уровень жизни или окружающую среду. Так, Б.Р. Скотт и Г.К. Лодж называют конкурентоспособность «способностью страны создавать, производить, распространять товары и услуги в разрезе

международной торговли, обеспечивая при этом растущую отдачу от своих ресурсов». С этим можно согласиться в определенной части, однако свести данное понятие исключительно к отождествлению его с бизнесом было бы на наш взгляд не верным. По словам М. Портера: «единственная значимая концепция конкурентоспособности на национальном уровне – это национальная производительность» [5]. На основании схожих подходов [6] кто-то может рассмотреть производительность и конкурентоспособность как слова-синонимы. Однако конкурентоспособность и производительность не одно и то же, потому что эти дефиниции концептуально различны. Например, экономика может повышать конкурентоспособность только за счет изменения стратегий без повышения производительности, например, осуществляя девальвацию национальной валюты и как следствие обеспечивая рост экспорта.

С. Онсель и М. Орал относят конкурентоспособность к внутренним мощностям компании, в то время как национальная конкурентоспособность связана с относительным положением по отношению к своим конкурентам [7, 221-246; 8, 271-277]. Интересное отношение к концепции национальной конкурентоспособности имеет П.Р. Кругман, который сравнил это с «опасной одержимостью», чем породил дебаты по этому поводу. Есть также некоторые институциональные подходы к национальной конкурентоспособности. Известной организацией, занимающейся конкурентоспособностью на национальном уровне, является Всемирный экономический форум (ВЭФ). Он публикует свой ежегодный отчет о глобальной конкурентоспособности с 1979 года, в котором анализирует и оценивает конкурентоспособность. Всемирный экономический форум определяет конкурентоспособность как: «набор институтов, политики и факторов, определяющих уровень производительности в стране» [10]. Данная организация определяет Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) (с 2005 года), который основан на более чем 100 критериях по 12 параметрам. ВЭФ различает три группы стран в зависимости от стадии их развития, что связывает с влиянием различных факторов на конкурентоспособность.

Европейский Союз определяет конкурентоспособность как способность обеспечивать для своих граждан высокий уровень жизни и занятости, кто хочет работать [11].

А. Болто объясняет конкурентоспособность как долгосрочную цель повышения уровня жизни [11, 1-16], Д. Фагерберг расширяет этот подход, и конкурентоспособность – это способность экономики обеспечить более высокий уровень жизни, чем сопоставимые экономики в настоящем и будущем [12, 39-51]. Современные подходы к национальной конкурентоспособности подчеркивают уровень жизни и человеческое благополучие, что, на наш взгляд, дополняет и расширяет понятие конкурентоспособности вполне справедливо.

Исходя из вышеперечисленных определений и исследованной литературы, можно сформулировать определение конкурентоспособности. **Конкурентоспособность** – это возможность и умение добиться поставленной цели, создавая преимущества перед конкурентами, быстро и эффективно адаптируясь к изменившимся условиям на внутреннем и внешнем рынках.

Как видно из вышесказанного, на протяжении ряда лет в научном мире не появилось единого, целостного подхода к определению национальной конкурентоспособности.

Сегодня конкурентоспособность страны – это всё ещё одна из самых значимых концепций в экономике, которая охватывает не только экономические показатели развития страны, но и качество политических решений, уровень управления в стране, степень развитости системы образования и здравоохранения, научную базу, эффективность информационной инфраструктуры.

Нельзя при оценке конкурентоспособности нации придерживаться только текущего состояния её развития. Стоит учитывать и то, в состоянии ли страна поддерживать и улучшить достигнутые показатели развития.

Национальная конкурентоспособность – это обобщающий показатель результативности функционирования субъектов и объектов рыночных отношений целиком и по отдельности.

Повышение национальной конкурентоспособности тесно связано с повышением социальных стандартов в стране, качества жизни граждан, эффективным функционированием государственных институтов, т. е. с решением целого комплекса задач.

Национальная конкурентоспособность выражает способность страны, интегрируясь в мировое хозяйство, завоевывать и удерживать преимущества в определённых сферах, обеспечивая высокий уровень жизни населения. Обеспечение конкурентоспособности национальной экономики – это первоочередная задача любого государства, важность выполнения которой возрастает, прежде всего, из-за интенсивных процессов глобализации, происходящих на различных рынках в мире и, тем самым, усиления конкуренции на них.

Литература

1. Хейне, П. Экономический образ мышления / П. Хейне. – М.: Каталакия, 1997. – 704 с.
2. Макконнелл, К.Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – 11-е изд. – М.: Республика, 1992. – Т. 2. – 400 с.
3. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг и менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 340 с.
4. Aiginger, K. (1998). A framework for evaluating the dynamic competitiveness of countries. *Structural change and economic dynamics*, 9, 59-88.
5. CESES. (2004). *Strategické tahy pro Česou republiku*. Praha: ČTKrepro.
6. Ulengin, F. et al. (2002). A power-based measurement approach to specify macroeconomic competitiveness of countries. *Socio-Economic Planning Sciences*, 36, 203-226
7. Scott, B. R., & Lodge, G. C. (1985). *U. S. competitiveness in the world economy* (1st ed.). Boston: Harvard Business School Press.
8. Porter, M. E. (1998). *The competitive advantage of nations: With a new introduction* (Rev. ed.). New York: Free Press.
9. Schwab, K. et al. (2010). *The Global Competitiveness Report 2010-2011* (1st ed.). Geneva: World Economic Forum
10. Önsel, S. et al. (2008). A new perspective on the competitiveness of nations. *Socio-Economic Planning Sciences*, 42, 221-246.
11. Oral, M. et al. (1999). Linking industrial competitiveness and productivity at the firm level. *European Journal of Operational Research*, 118 (2), 271-277.
12. Krugman, P. R. (1996). Making sense of the competitiveness debate. *Oxford Review of Economic Policy*, 12 (3), 17-25.
13. <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index>
14. Boltho, A. (1996). The assessment: international competitiveness. *Oxford Review of Economic Policy*, 12 (3), 1-16
15. Fagerberg, J. (1996). Technology and competitiveness. *Oxford Review of Economic Policy*, 12 (3), 39-51.

О.Н. Шкор

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь

O.N. Shkor

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
g. Minsk, Republic of Belarus

ПОВЫШЕНИЕ ДОВЕРИЯ К НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЕ С ПОМОЩЬЮ КРИПТОВАЛЮТНОГО ТОКЕНА

INCREASING CONFIDENCE IN THE NATIONAL CURRENCY WITH THE HELP OF A CRYPTOCURRENCY TOKEN

Беларусь была одной из первых стран, которые подписали договор о цифровых валютах, смарт-контрактах на законодательном уровне. В общих чертах, это будет являться исключительно плюсом для экономики Республики Беларусь, поскольку повысит доверие к финансовому рынку республики и национальной валюте. Прозрачность всех транзакций повысит доверие инвесторов.

Belarus was one of the first countries to sign an agreement on digital currencies, smart contracts at the legislative level. In general terms, this will be an exclusively plus for the economy of the Republic of Belarus, since it will increase confidence in the financial market of the republic and the national currency. Transparency of all transactions will increase investor confidence.

Криптовалюта – это программный код, у нее нет офлайн-варианта. Все цифровые деньги живут только в сетевом пространстве. При этом они не обеспечены золотом. Майнить (добывать) криптовалюту может любой желающий, у которого есть достаточно денег для покупки специального оборудования, но есть ограничения на добычу монет, поэтому курс цифровых денег должен расти.

Первой и самой популярной криптовалютой стал биткоин. С английского это слово примерно переводится как «монета величиной с один бит или минимальная монетка». Монета полностью децентрализована, и ее выпуск не контролируется никаким государством или же Нацбанком. Биткоин можно обменять через интернет-биржу или обменный пункт на любую валюту мира по сложившимся в соответствии с рыночной ситуацией курсам. Генерирование новых биткоинов гарантирует ведение, корректировку и сохранение главного журнала биткоиновой системы, то есть блокчейна [1].

Люди часто путают понятия «криптовалюта» и «токен». Во многом токены действительно похожи на криптовалюты, но есть и принципиальные различия.

Во-первых, криптовалюты функционируют внутри собственной блокчейн-системы и циркулируют во внешней цифровой экономике. Токены же, как правило, создаются на стороннем блокчейне и используются внутри проекта. Во многом популярность токенов стала возможной благодаря смарт-контрактам Ethereum и другим аналогичным проектам, позволяющим создавать токены внутри своего блокчейна.

Во-вторых, основное предназначение криптовалют – расчеты и платежи. Токены же формально являются прототипом акций компаний на фондовом рынке и могут иметь множество предназначений. В частности, токены могут:

- выступать внутренней валютой в своей экосистеме;
- выступать показателем доли участия акционера в проекте;
- быть средством расчета за услуги и продукты проекта;
- отражать баланс доступа к услугам платформы (например, количество Гб, доступных для скачивания);
- выступать вознаграждением за какие-либо действия.

Если провести аналогию с материальным миром, то криптовалюты можно сравнить с долларом США, общепринятым и универсальным средством расчета, а токены – с жетонами в метрополитен, фишками или скинами в CS:GO.

Правда, если после завершения ICO токены попадут на биржи, они сразу же оказываются в шаге от статуса универсального средства расчета. В случае попадания в листинг на биржи, токены могут быть легко проданы или обменены на криптовалюты, подобно тому, как можно обменять фишки на деньги [2].

Одной из идей, как повысить доверие к национальной валюте, является криптовалютный токен USDT (Tether). Смысл данного криптовалютного токена в том, что он является аналогом доллара США. И, соответственно, его стоимость частично обеспечивается запасами долларов США, хранящимися на ее банковских счетах. Следует отметить, что данная валюта является «стейблкоином», и ее курс привязан к курсу доллара США и не испытывает столь сильные колебания, как курсы других криптовалют [3].

Опираясь на опыт криптовалютного токена USDT, нами предложено решение по повышению доверия к национальной валюте, путем создания собственного криптовалютного токена для Белорусского рубля (далее – «BRT»). Какое влияние это окажет на общество? Все транзакции прозрачны. Видно, какой адрес был задействован при проведении транзакций по обе стороны. Есть предложение о том, чтобы все государственные сделки были совершены впредь при помощи BRT. Таким образом это повысит доверие не только к национальной валюте, а также и к государству в целом.

Кроме этого, при проведении государственных сделок, есть предложение заранее описывать номера кошельков, куда и с какими целями будут поступать средства. Независимые «зрители» наблюдают за процессом, если видят несоответствие – то это плохо.

Номера госкошельков статические. То есть имеется некоторый договор, в котором заранее оговорены номера кошельков, на которые будут двигаться BRT.

Для инвесторов предложить следующее решение. Допустим, компания выиграла тендер на строительство, однако деньги блокируются на смарт-контракте. И поступают на счет застройщика по мере надобности. То есть в данной сети будут существовать коды, которые будут проверять готовность проекта и по мере готовности средства будут начисляться с замороженного смарт-контракта.

Все средства, поступившие на счет областей, будут также блокироваться в смарт-контракте и поступать на счет по мере надобности. Система будет максимально прозрачная, «сжульничать» будет достаточно сложно, а если и получится, то доверие будет потеряно. Будет проще отслеживать именно те средства, которые пошли не в ту сторону.

Также хотелось бы отметить оплату криптовалютными токенами. Это гораздо быстрее, эффективнее. Для налоговой в том числе. За человеком будет закрепляться его уникальный криптовалютный кошелек, который будет принадлежать исключительно ему, и в транзакциях сети будет видно сколько было переведено, получено. Однако информация о принадлежности кошелька будет доступна исключительно компетентным органам. И еще есть идея о том, чтобы сделать динамический кошелек. После отправки/получения средств адрес кошелька будет генерироваться заново, однако эти данные генерируются компетентными органами и доступны исключительно им.

Для государственных органов адреса BRT не должны быть динамическими. И все переводимые средства замораживаются на смарт-контрактах и поступают по мере надобности.

Таким образом будут обеспечены прозрачные транзакции, доверие к национальной валюте, потому что по факту это и будет белорусский рубль.

Хорошим примером внедрения криптовалюты в жизнь общества являются такие проекты как *libra* от *facebook*, *GRAM* от *Telegram* [4]. С этими проектами сотрудничают такие известные компании, как *Visa*, *MasterCard*, *booking* и другие. Хотелось бы отметить то, что данные токены от *facebook* и *telegram* будут являться по сути теми же «стейблкоинами».

Также, большим плюсом для экономики Республики Беларусь будет привлечение инвесторов. Каким образом это можно осуществить?

Создание фьючерс платформы для торговли криптовалютой по типу ВАККТ. Данная платформа позволит привлечь огромные средства, есть возможность брать проценты от входа в сделку.

У резидента ПВТ есть хороший пример платформы для торговли криптовалютой. Этот проект называется *CURRENCY* [5].

Для привлечения белорусских инвесторов, трейдеров, интересную роль бы сыграли торговые пары к BRT. Пример: *BTC/BRT*, *ETH/BRT* и другие. Также положительным действием являлось бы добавление функции вывода средств в банкоматах-партнерах биржи. Все это бы свидетельствовало огромному шагу в продвижении экономики страны, доверию со стороны инвесторов.

В использовании криптовалюты BRT могут быть только плюсы. По той причине, что Беларусь была одной из первых стран, которые подписали договор о цифровых валютах, смарт-контрактах на законодательном уровне. В общих чертах, это будет являться исключительно плюсом для экономики Республики Беларусь, поскольку повысит доверие к финансовому рынку республики и национальной валюте. Прозрачность всех транзакций повысит доверие инвесторов.

Литература

1. Винья, П. Эпоха криптовалют /Пол Винья [и др.]. – М, 2018. – 439 с.
2. Что такое токен в криптовалюте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://prostocoin.io/blog/what-is-token>.
3. *USDT omniexplorer* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://omniexplorer.info/block/596412>.
4. *Libraofficialwebpage* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://libra.org/en-US>.
5. *Currency tradeplatform* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [:https://currency.com/-trading/platform/trade](https://currency.com/-trading/platform/trade).

В.И. Юрчик, А.Е. Зданевич
Брестский государственный технический университет,
г. Брест, РБ

V.I. Yurchik, A.E. Zdanevich
Brest State Technical University, Brest, RB

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

CORPORATE SOCIAL AND ENVIRONMENTAL BUSINESS RESPONSIBILITY

В статье рассмотрена концепция и принципы развития корпоративной социальной и экологической ответственности. Описаны задачи и цели программы корпоративной социальной ответственности. Также в работе рассмотрены положения коллективного договора и исследовано влияние коллективного договора на финансовое положение предприятия.

The article discusses the concept and principles of the development of corporate social and environmental responsibility. The objectives and goals of the corporate social responsibility program are described. Also, the work considers the provisions of the collective agreement and investigated the impact of the collective agreement on the financial position of the enterprise.

Важнейшую роль в охране окружающей среды играет социально ответственный бизнес. В настоящее время актуальным является вопрос оценки социальной полезности результатов деятельности организации. Без критериев оценки, характеризующих проявления корпоративной социальной ответственности, невозможно анализировать текущее состояние, делать прогнозы, невозможно сравнивать компании, управлять социально ответственной деятельностью.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) является показателем реального участия компании в решении социально-экономических проблем общества.

Объект исследования – корпоративная социальная ответственность организации.

Актуальные тенденции в современном обществе повлияли на развитие концепции КСО:

- 1) социальные функции предпринимательства в большей мере начинают обуславливать экономическую функцию (получение прибыли);
- 2) профсоюзы становятся органической частью гражданского общества;
- 3) наряду с национальным трудовым законодательством становятся широко распространенными стандарты социальной ответственности международных неправительственных организаций и пр.;
- 4) с развитием трудового законодательства значительно повышается социальная ответственность делового сообщества и профсоюзов.

Что касается форм реализации КСО, то, на наш взгляд, все проявления социальной ответственности можно объединить в две группы (внутренняя форма реализации КСО и внешняя форма реализации КСО) с точки зрения воздействия на внутренних и внешних стейкхолдеров. Инструменты реализации социальной ответственности перед этими группами представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Формы и инструменты реализации корпоративной социальной ответственности

Внутренняя форма реализации КСО	Внешняя форма реализации КСО
1	2
1. Развитие и поддержка персонала: - программы адаптации сотрудников; - участие сотрудников в принятии управленческих решений; - повышение уровня квалификации; - формирование корпоративной культуры	1. Природоохранная деятельность: - мероприятия по повторному использованию и утилизации отходов; - мероприятия по предотвращению загрязнения окружающей среды; -сокращение вредного воздействия производственной деятельности на окружающую среду

Продолжение таблицы 1

1	2
<p>2. Охрана труда:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поддержание санитарных условий труда; - обеспечение лечебно-профилактических мероприятий; - профилактика профессиональных заболеваний; - создание рабочих мест, соответствующих всем нормам и требованиям; - медицинское обслуживание персонала компаний и членов их семей 	<p>2. Развитие местного сообщества:</p> <ul style="list-style-type: none"> - спонсирование спортивных организаций и местных культурных, образовательных мероприятий; - осуществление социальных проектов, акций; - поддержка НКО; - поддержка научных и прикладных исследований в социальном направлении; - активное участие в благотворительных мероприятиях; - проведение мероприятий по поддержке социально незащищенных слоев населения; - сохранение и развитие жилищнокоммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения
<p>3. Социально ответственная реструктуризация:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация и проведение программ переобучения и переподготовки сотрудников; - упразднение структурных элементов посредством аутсорсинга и придания самостоятельности структурным подразделениям; - сохранение социальных льгот в течение определенного времени после увольнения; - реорганизация трудовых процессов; - экономически обоснованное сокращение рабочих мест; - содействие в трудоустройстве; - наличие компенсационных выплат; - уменьшение уровней иерархии; - отказ от некоторых видов деятельности 	<p>3. Развитие добросовестной деловой практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - реализация программ по добровольному ограничению сфер ведения бизнеса; - организация программ развития и содействия малому и среднему предпринимательству; - совместное проведение мероприятий с органами государственного управления, ассоциациями потребителей, профессиональными объединениями и иными общественными организациями; - прозрачность в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон

Как следует из таблицы 1, внутренняя форма КСО выражается в социально ответственной политике компании по отношению к персоналу и ее собственникам. Реализуемые в ее рамках программы связаны с охраной здоровья и созданием безопасных условий труда, развитием персонала, решением вопросов социальной реструктуризации, а также повышением эффективности ведения бизнеса. Внешняя форма КСО представляет собой социальную политику компании в отношении местного сообщества и других внешних заинтересованных сторон, включает в себя программы, направленные на природоохранную деятельность, развитие территории присутствия.

Для реализации социальных и экологических проектов можно предложить программу управления корпоративной социальной ответственностью предприятия.

Деятельность организации в области корпоративной социальной ответственности носит системный характер и направлена на результат. Все проекты объединены единой стратегией, а это значит, что все они направлены на реализацию единой цели – формированию и укреплению ценностей социально-ответственного поведения в бизнес-среде [1].

Целями программы управления корпоративной социальной ответственности являются:

1) интеграция компании в мировое сообщество, чьей тенденцией является формирование развитой системы социально ориентированного бизнеса;

2) создание примера компании, которая успешно сочетает деловую эффективность и соответствие общественным интересам всех социальных групп, которые так или иначе связаны с бизнесом;

3) формирование внутри компании и в ее внешних отношениях ценностей социально ответственного поведения, связанных с необходимостью укрепления тенденции к формированию социально ответственной бизнес-среды.

Задачами программы управления корпоративной социальной ответственностью являются:

1) реализация программы по укреплению ответственности компании как представителя международного бизнес-сообщества (выработка стратегии построения доверительных долгосрочных отношений с партнерами и клиентами, противодействия коррупции, привлечения внимания общественности к необходимости добросовестной деловой практики,

информационной открытости в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон и т. д.);

2) реализация социальной программы (корпоративная политика, взаимодействие с социальными группами, чьи интересы пересекаются с деятельностью компании и т. д., благотворительность, образовательные проекты);

3) реализация экологической программы (ресурсосбережение, проекты в сфере защиты окружающей среды и т. д.);

4) подготовка ежегодного отчета о реализации программы корпоративной социальной ответственности и корректировка стратегии.

Среди принципов корпоративной социальной ответственности организации выделяют:

1. Системность – все мероприятия в рамках программы корпоративной социальной ответственности организации объединены в общую стратегию и нацелены на результат.

2. Актуальность – проекты программы соответствуют актуальным проблемам и потребностям всех социальных групп, чьи интересы так или иначе пересекаются с деятельностью компании.

3. Клиентоориентированность – организации заинтересованы в долгосрочных отношениях со всеми своими клиентами и партнерами и поэтому стремятся выстраивать доверительное взаимодействие, нацеленное на удовлетворение интересов всех сторон.

4. Прозрачность – суть, цели и особенности реализации программы корпоративной социальной ответственности ясно сформулированы и понятны каждому сотруднику организации.

5. Публичность – любая информация о реализации программы корпоративной социальной ответственности организации, за исключением конфиденциальной, доступна широкой общественности.

6. Эффективность – затраченные на реализацию программы организации ресурсы (временные, финансовые и любые другие) должны иметь ощутимый эффект, способствовать решению конкретных задач [1].

В построении взаимоотношений организации с работниками немаловажную роль играет такой документ, как коллективный договор, в котором закрепляются права и обязанности работодателя перед всем коллективом, и наоборот.

Как отмечено в Трудовом Кодексе Республики Беларусь от 07.12.1998 г. № 218-З (ред. от 18.12.2019), коллективный договор может включать следующие положения:

1) организация труда и повышение эффективности производства;

2) нормирование, формы, системы оплаты труда, иные виды доходов работников;

3) определение размеров тарифных ставок (окладов), доплат и надбавок к ним;

4) установление продолжительности рабочего времени и времени отдыха;

5) создание здоровых и безопасных условий труда, улучшение охраны здоровья, гарантии социального страхования работников и их семей, охраны окружающей среды;

6) заключение и расторжение трудовых договоров;

7) обеспечение занятости, подготовки, повышения квалификации, переподготовки, трудоустройства высвобождаемых работников;

8) регулирование внутреннего трудового распорядка и дисциплины труда;

9) строительство, содержание и распределение жилья, объектов социально-культурного назначения;

10) организация санаторно-курортного лечения и отдыха работников и членов их семей;

11) предоставление дополнительных гарантий многодетным и неполным семьям, а также семьям, воспитывающим детей-инвалидов;

12) другие трудовые и социально-экономические условия.

Некоторые из этих положений положительно или отрицательно влияют на величину налоговых отчислений предприятия.

Рассмотрим учет расходов на подготовку, повышение квалификации, переподготовку работников предприятия. Такие расходы делятся на расходы, связанные с обучением в учебных заведениях, и расходы по переподготовке и повышению квалификации кадров. Организации могут осуществлять расходы:

- 1) связанные с оплатой обучения в высших и средних специальных учебных заведениях;
- 2) по повышению квалификации и переподготовке кадров;
- 3) по участию работников в семинарах.

В себестоимость включаются затраты, связанные с обучением кадров:

1) выплата работникам организаций сохраняемой им в соответствии с законодательством средней заработной платы по основному месту работы за время повышения квалификации, стажировки и переподготовки, профессиональной подготовки;

2) оплата труда работников, не освобожденных от основной работы, по обучению учеников и по повышению квалификации других работников;

3) оплата работникам отпусков с сохранением заработной платы, предоставляемых в соответствии с законодательством работникам, обучающимся:

а) в вечерних (сменных) общеобразовательных учреждениях;

б) в учреждениях, обеспечивающих получение профессионально-технического образования, в вечерней или заочной форме получения образования;

в) в учреждениях, обеспечивающих получение среднего специального и высшего образования, в вечерней или заочной форме получения образования;

4) предусмотренная законодательством оплата проезда работникам, обучающимся в учреждениях, обеспечивающих получение среднего специального и высшего образования, в заочной форме получения образования, к месту нахождения указанных учреждений;

5) плата за обучение на основе договоров с учебными заведениями по подготовке, повышению квалификации и переподготовке работников, состоящих в штате организации [2].

Рассмотрим учет приобретения путевок для работников предприятия и их детей как еще один возможный путь реализации коллективного договора.

В настоящее время есть несколько способов приобретения путевок:

1) работник сам приобретает и оплачивает путевку;

2) путевка оплачивается полностью или частично организацией в соответствии с коллективным договором;

3) путевка выдается в качестве поощрения (премирования) за показатели в труде.

Источником оплаты путевок работнику являются собственные источники организации: нераспределенная прибыль, фонд потребления и другие источники, образованные за счет прибыли на социальные цели.

Если работник получает (приобретает) путевку в организации, в которой он работает, то у бухгалтера возникают вопросы, касающиеся налогообложения приобретаемых организацией для своих работников путевок и отражения данных операций в бухгалтерском учете с учетом источников их покрытия [3].

Обязательные страховые взносы в Фонд социальной защиты населения начисляются во всех случаях, кроме предусмотренных Перечнем видов выплат, на которые не начисляются взносы по государственному социальному страхованию в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 25.01.1999 №115 (ред. от 29.08.2019). Пунктом 15 Перечня № 115 предусмотрена только стоимость приобретенных за счет средств нанимателя путевок в детские оздоровительные учреждения, бесплатно выдаваемых работникам билетов на детские представления и (или) кондитерских наборов их детям в связи с праздником Нового года.

Отчисления по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний также начисляются на все виды путевок, кроме детских, согласно п. 2 Положения о порядке уплаты страховщику страховых взносов по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 10.10.2003 № 1297 (ред. от 10.10.2019) [4].

При определении облагаемой налогом прибыли не учитываются выплаты физическим лицам, работающим в организациях по трудовым договорам, в денежной и натуральной формах, носящие характер социальных льгот, дополнительно предоставляемых по решению нанимателя и (или) трудового коллектива сверх льгот, предусмотренных законодательством Республики Беларусь, в том числе оплата жилья, путевок на лечение и отдых, экскурсий и

путешествий, занятий в секциях, кружках, клубах, посещений культурно-зрелищных и физкультурных (спортивных) мероприятий, подписки на периодические издания, товаров (работ, услуг) для личного потребления и другие аналогичные выплаты и затраты [5].

Следовательно, оплаченные работнику путевки не уменьшают налогооблагаемую базу по налогу на прибыль.

Можно отметить, что в себестоимость выпускаемой продукции включаются и такие затраты, уменьшающие налогооблагаемую прибыль, которые соответствуют пунктам коллективного договора:

1) затраты, связанные с выплатой выходного пособия (компенсации), выплачиваемого в случае прекращения трудового договора (контракта);

2) суммы среднего заработка работников, сохраняемого за время трудовых, социальных, дополнительных отпусков продолжительностью, не превышающей предусмотренную законодательством, за исключением дополнительных отпусков, предоставление которых является правом нанимателя, а также за время выполнения государственных или общественных обязанностей;

3) денежная компенсация за неиспользованный трудовой отпуск; оплата льготных часов работников моложе восемнадцати лет;

4) оплата времени нахождения работников в медицинских учреждениях на обследовании или осмотре, обязанных проходить такие обследования или осмотр;

5) стоимость выдаваемых бесплатно в соответствии с законодательством предметов (включая форменную и фирменную одежду, обмундирование), остающихся в постоянном личном пользовании (или разница в стоимости в связи с их продажей работникам по сниженным ценам);

6) оплата в размере среднего дневного заработка дополнительного свободного от работы дня, предоставляемого в соответствии с законодательством матери (отцу, опекуну, попечителю) и др [4].

Таблица 2 – Влияние пунктов коллективного договора на финансовые показатели предприятия (“+” влияет, “-” не влияет)

Показатели	Включается в себестоимость	Уменьшает налог на прибыль	Уменьшает взносы в ФСЗН
организация труда и повышение эффективности производства	+	+	+
нормирование, формы, системы оплаты труда, иные виды доходов работников	-	-	-
размеры тарифных ставок (окладов), доплат и надбавок к ним	+	+	-
продолжительность рабочего времени и времени отдыха	+	+	-
создание здоровых и безопасных условий труда, улучшение охраны здоровья, гарантии социального страхования работников и их семей, охрана окружающей среды	+	+	+
заключение и расторжение трудовых договоров	+	+	-
обеспечение занятости, подготовка, повышение квалификации, переподготовка, трудоустройство высвобождаемых работников	+	+	-
регулирование внутреннего трудового распорядка и дисциплины труда	-	-	-
строительство, содержание и распределение жилья, объектов социально-культурного назначения	+	+	+

На рисунке 1 наглядно показано, какие элементы коллективного договора и в какой степени оказывают влияние на финансовые показатели деятельности предприятия, т. е. на себестоимость производимой продукции и на налоговые платежи.



Рисунок 1 – Схема влияния пунктов коллективного договора на финансовые показатели предприятия

Таким образом, установлено прямое влияние исполнения некоторых пунктов коллективного договора на себестоимость продукции предприятий и их налоговые платежи в бюджет [6].

Литература

1. Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА – М, 2006. – 415 с.
2. Лемеш, В. Приобретение путевок для работников организации / В. Лемеш // Журнал “Налоговый вестник”. – 2018. - №10. – с.65-74
3. К вопросу о социально-экологической ответственности бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/k-voprosu-o-sotsialno-ekologicheskoy-otvetstvennosti-biznesa> – Дата доступа: 10.08.2020.
4. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
5. Налоговый Кодекс Республики Беларусь (Особенная часть): принят Палатой представителей 21 дек. 2009 г., № 71-3 (ред. от 29.08.2020) № 174-3 // Консультант Плюс : Беларусь.
6. Влияние корпоративной социальной ответственности на формирование деловой репутации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/Acer/Downloads/vliyanie-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-na-formirovanie-delovoy-reputatsii>. – Дата доступа: 11.09.2020.

Д.В. Ярошик

Брестский государственный технический университет
г. Брест, Беларусь

D. Yaroshik

Brest State Technical University, Brest, Belarus

ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

WAYS TO INCREASE E-COMMERCIAL EFFICIENCY

Интернет прочно вошел во сферы жизни общества. Вместе с развитием Интернета получила большое развитие электронная торговля. Однако, в настоящее время развитие электронной торговли, особенно в регионах, связано с рядом проблем, поиску путей решения которых и посвящена статья.

The Internet has become an integral part of society. Along with the development of the Internet, electronic commerce has developed greatly. However, at present, the development of electronic commerce, especially in the regions, is associated with a number of problems, the search for solutions to which is the subject of this article.

В современном мире Интернет стал занимать большую часть жизни общества [1,2]. Покупка товаров, приобретение тех или иных услуг часто осуществляется через Интернет. Поэтому проблемы, связанные с интернет-торговлей, в настоящее время – очень актуальная тема. Благодаря Интернету был сделан огромный шаг в развитии торговли, несомненно, есть множество преимуществ в электронной коммерции. Во-первых, у покупателя открываются безграничные возможности приобрести товар на любой «вкус», с любой точки мира, даже те категории товаров, которые недоступны для покупки в магазинах. Во-вторых, не выходя из дома, можно сравнить цены определенного товара на многих сайтах одновременно, сравнить характеристики нескольких товаров (нет необходимости ходить по разным магазинам, чтобы найти тот товар, который нужен), прочитать отзывы других покупателей о товаре и данном продавце и понять какой товар необходим и по какой цене его лучше всего приобрести. В-третьих, непосредственно сам процесс покупки товара очень облегчается благодаря Интернету: не надо ждать очередей в магазинах, при выборе доставки на определенный адрес не нужно никуда ехать для того, чтобы получить свой товар. В-четвертых, если человек находится в пути, он не может зайти в магазин, но по приезду ему срочно нужно получить тот или иной товар, через мобильное устройство можно также осуществить покупку необходимой вещи, главное – наличие выхода в Интернет.

Однако, не смотря на большие плюсы интернет-торговли, существует и ряд проблем, которые тормозят развитие электронной коммерции. На данный момент не составляет труда быстро создать свой Интернет-магазин, поэтому, с одной стороны, существует огромная конкуренция, которая позволяет создавать наиболее выгодные условия для потребителей, с другой стороны, есть недобросовестные продавцы, которых сложно выявить среди большого количества Интернет-магазинов [3]. Наличие собственного склада не является обязательным, заказанный товар может оперативно заказан в другом интернет-магазине и доставлен покупателю. В настоящее время нет жестких рамок для создания интернет-магазина, не требуется первоначальный капитал, затраты на создание и поддержание функционирования минимальны [4]. Из этого вытекает еще одна проблема – многие люди не доверяют электронной торговле как надежному месту приобретения того или иного товара. Недоверчивые покупатели выберут обычный магазин, лучше заплатят больше, но будут уверены, что покупают у добросовестного продавца. Также в отдаленных регионах России не всегда у людей есть доступ к Интернету, это обусловлено дорогими тарифами, отсутствием необходимости подключить Интернет. На сегодняшний день, конечно, большое количество интернет-пользователей – это молодое поколение, мало среди пользователей людей более старшего поколения, которые могут грамотно пользоваться необходимыми сайтами, искать нужную информацию, осуществлять покупки. Проблема отдаленных регионов связана и с доставкой, а точнее, со сроками и высокой ценой. Но если долгое ожидание товара не для всех является существенной проблемой, то дорогостоящая доставка становится причиной отказа от покупки товара через Интернет. Зачастую офисы интернет-магазинов находятся в больших городах, откуда и можно осуществить самовывоз товара бесплатно либо по незначительной цене. Люди, живущие в пригороде, могут забрать самостоятельно товар из пункта выдачи или оформить доставку, но так как расстояние между центральным городом и пригородом не так велико, то и цена за доставку будет приемлема. Что касается жителей маленьких городов и поселков, то им не представляется возможным осуществить самовывоз, поэтому приобрести товар можно только с последующей его доставкой до адресата и порой данная услуга может превышать даже сумму непосредственно самого товара. Существует еще одна преграда для покупок в интернет-магазинах – это способы оплаты, а точнее, когда оплата производится исключительно по картам, через терминал или с помощью электронных денег. Дело в том, что люди не всегда доверяют продавцу, поэтому не готовы сначала оплатить, а потом уже ждать товар, многие желают всё-таки увидеть товар, убедиться, что он совпадает с

заявленными характеристиками на Интернет-сайте и оплатить его при доставке. Еще одной проблемой является и то, что не все покупатели пользуются банковскими картами, не говоря уже об электронных деньгах и веб-кошельках. Люди также боятся вводить все данные банковской карточки на сайтах. Таким образом, электронная коммерция – система несовершенная и, не смотря на её большие преимущества, имеет достаточное количество недостатков. Некоторые «шероховатости» поправимы, например, количество недобросовестных продавцов можно уменьшить, если ввести определенные ограничения, которые будут служить преградой для легкого и быстрого создания интернет-магазина, определенные санкции и т. п. Усовершенствование системы отзывов покупателей – еще один пункт, который значительно помогает потребителю выбрать качественный товар и приобрести его у надежного продавца. Не всегда можно найти отзывы о том или ином магазине, либо эти комментарии пишутся в больших общих форумах, где найти необходимое сообщение по нужному интернет-магазину. Что касается дорогостоящей доставки, то необходимо расширять сеть офисов Интернет-магазинов вплоть до отдаленных регионов, это затратно, но количество клиентов увеличится. Наличие большого количества пунктов выдачи товара позволяет интернет-магазину улучшить свою деловую репутацию, выступающую важнейшей составляющей эффективности торговли, а еще большее значение имеет наличие своей реальной сети магазинов. В этом случае обычно можно выбрать любой вид доставки и даже самовывоз с ближайшего магазина, возможны разнообразные способы оплаты и интернет-магазин вызывает большее доверие. Электронная коммерция дала большой толчок в развитии торговли, но пока существует ряд проблем, потребитель вынужден быть избирателен в своем выборе в интернет-магазинах.

Литература

1. Ильяшенко, С.Б. Социально-экономические аспекты состояния электронной коммерции. А.А. Сукиасян. – 2013. – С. 150-155.
2. Магомедов Г.Д., Кахриманова Д.Г. Электронная торговля: модернизационный подход.
3. Тюник, О.Р. Риски в хозяйственной деятельности организаций торговли / О.Р. Тюник, А.Ф. Никишин. – 2015. – Т. 18. – № 1 (38). – С. 60-65.
4. Панкина, Т.В. Теоретико-методическое обеспечение процесса развития электронной торговли в малом бизнесе.

Содержание

Стр.

Аверина И.Н.

УО «Брестский государственный технический университет»
«ЦИФРОВИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ПРОКЬЮРЕМЕНТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ»..... 4

Архипова Л.И.

УО «Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники», Минск, Республика Беларусь
«AGILE-МАРКЕТИНГ В ЦИФРОВОМ БИЗНЕСЕ»..... 7

Белая В.В., Фролова Д.А.

УО «Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники», г. Минск, Республика Беларусь
«РЕБРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УЛУЧШЕНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ»..... 11

Беликова Е.Г.

«УО «Брестский государственный технический университет»
«ЗНАЧИМОСТЬ ОЦЕНКИ АУДИТОРСКОГО РИСКА ПО НЕЗАВИСИМОЙ
ОЦЕНКЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИКВИДИРУЕМОГО ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА»..... 15

Бережная Г.Г., Сонова Э.М.

УО «Брестский государственный технический университет»
«БРЕНДИНГ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА
КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ»..... 19

Бережная Г.Г.

УО «Брестский государственный технический университет»
«ПОНЯТИЕ И СПЕЦИФИКА ЦЕПИ ПОСТАВОК В СТРОИТЕЛЬСТВЕ» 22

Букач А.А., Бережная Г.Г.

УО «Брестский государственный технический университет»
«РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ COVID-19»..... 25

Бунько С.А.

УО «Брестский государственный технический университет»
«ПУТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ОТХОДАМИ»..... 29

Быков К.Р.

УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь
«СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ»..... 33

Валушко А.В., Маковчик А.В., Раковец Р.В.

УО «Белорусский государственный технологический университет», Минск, Беларусь
«ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОВРЕМЕННОГО
МАРКЕТИНГА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ»..... 38

Гахович Н.Г.

ГУ «Институт экономики и прогнозирования НАНУ», г. Киев, Украина
«ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ПОЛИТИКИ ПО БОРЬБЕ С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА» 41

Головач Э.П. Академия спортивного воспитания в Варшаве, филиал в Бялой Подляске Республика Польша, Хутова Е.Н. УО «Брестский государственный технический университет», г. Брест, Республика Беларусь «БОЛОТНЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ».....	45
Дейнека К.В., Медведева Г.Т. УО «Брестский государственный технический университет» «РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ЗАПАДНОЙ БЕЛАРУСИ »	53
Дядюк Е.Ю. УО «Полесский государственный университет» «ДИСТАНЦИОННОЕ БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ».....	58
Егорова В.К. УО «Витебский государственный технологический университет», г. Витебск, Республика Беларусь «ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БЕЛАРУСИ В КОНТЕКСТЕ ЕВРОПЕЙСКОГО ИННОВАЦИОННОГО ТАБЛО».....	62
Ермакова Э.Э., Кацер А.А. «Брестский государственный технический университет» «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ»	65
Ипатова О.В. «Брестский государственный технический университет» «ПОЛИТИКА СПЛОЧЕНИЯ В РАМКАХ ДОЛГОСРОЧНОГО БЮДЖЕТА ЕС НА 2021-2027 ГОДЫ».....	69
Кадовба Е.А. УО «Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины», г. Гомель, Республика Беларусь «ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СТРАНЫ КАК ФАКТОР ЕЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ».....	75
Киевич А.В. УО «Брестский государственный технический университет» «КРАХ АМЕРИКАНСКОЙ СИСТЕМЫ КАПИТАЛИЗМА: ЧТО НАС ОЖИДАЕТ?»	79
Киевич Д.А. Высшая школа экономики, Прага, Республика Чехия «РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ КАТАСТРАФИЧЕСКОГО ПАДЕНИЯ ЭКОНОМИКИ».....	83
Кирикович М.М. УО «Брестский государственный технический университет» «УСТРОЙСТВО ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЁЖНЫХ СИСТЕМ».....	86
Климченя Л.С., Флерко С.Л. УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск, Республика Беларусь, «ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ».....	89

Ковалевич О.А. УО «Брестский государственный технический университет» «ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА».....	93
Козловская Е.Е. УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, Беларусь «СПЕЦИФИКА МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ».....	97
Король О.В. УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, Беларусь «БЕЛОРУССКИЙ ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК В ПЕРИОД ПАНДЕМИ».....	101
Костенко Н.В. УО «Брестский государственный технический университет» «ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ФРАГМЕНТАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРОВ».....	104
Кочурко А.Н. УО «Брестский государственный технический университет» «К ВОПРОСУ АТТЕСТАЦИИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ».....	108
Крамаренко А.К. УО «Брестский государственный технический университет» «ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ».....	112
Кривицкая Т.В., Флячинская Н.Н. УО «Брестский государственный технический университет» «ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ».....	117
Кривицкая Т.В., Флячинская Н.Н. УО «Брестский государственный технический университет» «ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ».....	121
Кривицкая Т.В., Флячинская Н.Н. УО «Брестский государственный технический университет», «ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	124
Кужева С.Н. Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, РФ «ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ И СПОСОБНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ».....	128
Кулакова Л.О., Артерчук Д.Л. УО «Брестский государственный технический университет» «УСТРОЙСТВА СИСТЕМЫ «УМНЫЙ ДОМ».....	133
Кулакова Л.О., Кулаков И.А. «УО «Брестский государственный технический университет» «АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОЙ ЛОГИСТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ».....	136

Кушниренко О.Н. ГУ «Институт экономики и прогнозирования НАН Украины»; г. Киев, Украина «ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ИНДУСТРИИ 4.0»	138
Лазарчук И.М. УО «Брестский государственный технический университет» «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ».....	143
Леонович Н.Н. УО «Брестский государственный технический университет» «РЕСУРСОЭФФЕКТИВНОЕ ЦИКЛИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО, КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: ПРОГНОЗНЫЕ ОЦЕНКИ ОТХОДОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БРЕСТА»	146
Ливенский В.М. УО «ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» г. Пинск, Республика Беларусь «КРАХ АМЕРИКАНСКОЙ СИСТЕМЫ КАПИТАЛИЗМА НАСТУПЛЕНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ «ЭПОХИ БЕСПОРЯДКА»	151
Лысюк Р.Н. УО «Брестский государственный технический университет» «ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА: ПРИНЦИПЫ, ИНСТРУМЕНТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ».....	154
Макарук О.Е., Зазерская В.В. УО «Брестский государственный технический университет» «РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИНДУСТРИИ 4.0 В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ».....	157
Марахина И.В. УО «Белорусский государственный университет информатики и электроники», г. Минск, Республика Беларусь «СОЗДАНИЕ «УНИВЕРСИТЕТОВ 3.0» КАК ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ»	161
Марченкова Е.Е. УО «Белорусский государственный университет информатики и электроники», г. Минск, Республика Беларусь «ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ»	164
Мишкова М.П., Кичаева Т.В. «Брестский государственный технический университет» «УЧАСТИЕ БРЕСТСКОГО РЕГИОНА В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК»	168
Наганова Т.Е. УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», г. Минск, Республика Беларусь «ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ»	171

Надеина Н.Г., Зацепина Е.В. УО «Брестский государственный технический университет» «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА»	173
Обухова И.И., Ширина Д.К. «Брестский государственный технический университет» «ОЦЕНКА РИСКОВ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ».....	178
Ожигина В.В. УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск, Республика Беларусь «МЕЖДУНАРОДНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ».....	183
Проровский А.Г. УО «Брестский государственный технический университет» «ПАНДЕМИЯ 2020 ГОДА: ПРИОРИТЕТЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».....	186
Рудницкий Д.Б. УО «Витебский государственный технологический университет», г. Витебск, Республика Беларусь «ЭКСПОРТ КАК ФАКТОР ОЦЕНКИ И ПОВЫШЕНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ».....	191
Скопец Г.Г. УО «Брестский государственный технический университет» «ДИНАМИКА МАЛОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ».....	195
Смирнов И.В. УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», г. Минск Республика Беларусь «ЦИФРОВАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ЭКОСИСТЕМА: НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ»	198
Становская А.В. УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск, Республика Беларусь «БИЗНЕС-МОДЕЛИ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ И ПОДХОДЫ К ИХ КЛАССИФИКАЦИИ»	202
Стома Н.В. УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск, Республика Беларусь «ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	206
Федосенко Л.В., Иванова Т.И. УО «Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины», г. Гомель, Республика Беларусь, «К ВОПРОСУ О ВЗАИМОСВЯЗИ ЦИФРОВОГО И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРОВ ЭКОНОМИКИ»	210
Фролова Д.А., Бородин А.В. УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», г. Минск, Республика Беларусь «ИМИДЖ БАНКА: ОЦЕНКА И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ».....	215

Фролова Д.А., Шнейдер Ш.И.

УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»,
г. Минск, Республика Беларусь

«ПОЧЕМУ КОМПАНИИ МОГУТ БЫТЬ БОЛЬШЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТАХ?» 219

Четырбок Н.П.

УО «Брестский государственный технический университет»

«КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ,

КАК ДОМИНАНТНЫЙ ФЕНОМЕН РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ» 223

Шкор О.Н.

УО «Белорусский государственный университет

информатики и радиоэлектроники», г. Минск, Республика Беларусь

«ПОВЫШЕНИЕ ДОВЕРИЯ К НАЦИОНАЛЬНОЙ

ВАЛЮТЕ С ПОМОЩЬЮ КРИПТОВАЛЮТНОГО ТОКЕНА» 227

Юрчик В.И., Зданевич А.Е.

«Брестский государственный технический университет»

«КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА» 230

Ярошик Д.В.

УО «Брестский государственный технический университет»,

«ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ 235

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ – 2020

Сборник научных статей

Ответственный за выпуск: Проровский А.Г.
Редактор: Боровикова Е.А.
Компьютерная вёрстка: Соколюк А.П.
Корректор: Дударук С.А.

ISBN 978-985-493-521-8



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 27.01.2021 г. Формат 60x84¹/₁₆.
Бумага «Performer». Гарнитура «Times New Roman».
Усл. печ. л. 14,19. Уч. изд. л. 15,25. Заказ № 1275.
Тираж 30 экз. Отпечатано на ризографе учреждения
образования «Брестский государственный технический
университет». 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.