

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УО «Белорусский государственный экономический университет»

**СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ  
ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Материалы  
XI Республиканской научно-практической конференции  
студентов, аспирантов и магистрантов

Бобруйск, 12 апреля 2016 года

Минск  
РИВШ  
2016

УДК 330.342.146(476)(061.3)  
ББК 65.9(Бел)  
С69

Рекомендовано  
советом Бобруйского филиала  
УО «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 10 от 30 июня 2016 г.)

Редакционная коллегия:  
кандидат исторических наук доцент *И. В. Гребенчук* (пред.);  
кандидат педагогических наук доцент *Е. Г. Тесова*;  
кандидат экономических наук доцент *Н. Г. Родцевич*;  
кандидат сельскохозяйственных наук доцент *В. С. Печень*;  
кандидат экономических наук доцент *В. В. Колодкин*;  
кандидат экономических наук доцент *Н. С. Недашковская*;  
кандидат филологических наук доцент *Л. Н. Луц*;  
кандидат экономических наук доцент *Т. А. Ермакова*

**Социально ориентированная экономика Республики**  
С69 Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы  
XI Респ. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и магистрантов, Бобруйск, 12 апр. 2016 г. / редкол.: И. В. Гребенчук (пред.) [и др.]. – Минск : РИВШ, 2016. – 184 с.  
ISBN 978-985-500-996-3.

В сборнике представлены тезисы научных докладов XI Республиканской научно-практической конференции студентов, аспирантов и магистрантов, в которых рассматриваются актуальные проблемы функционирования и развития экономики Республики Беларусь.

Адресован студентам, аспирантам, магистрантам, преподавателям и руководителям.

УДК 330.342.146(476)(061.3)  
ББК 65.9(Бел)

ISBN 978-985-500-996-3

© Оформление. ГУО «Республиканский институт высшей школы», 2016

## СЕКЦИЯ 1

---

---

# ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СУБЪЕКТАМИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

*С. В. Брайцева*

Научный руководитель – доктор психологических наук  
М. Р. Арпентьева, КГУ имени К. Э. Циолковского (Калуга)

## СОЦИАЛЬНЫЙ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ – ПРИОРИТЕТЫ НОВОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА

Сущность шестого технологического уклада представляет собой замену информации смыслом, приоритет производящей, а не потребляющей экономики. Для этого нужна иная организация социума, который становится в большей степени сетевым, кластеризированным или «гранулированным». Однако, современный глобализированный мир продолжает жить «по вертикали», которая работает в условиях мобилизации и необходимости решить какую-либо сверхзадачу. Один из основных рисков последнего, так же, как и шестого и, в неявном виде, остальных предшествующих укладов, связан с недостаточным учетом роли социального и человеческого капитала. В развитии экономики речь, прежде всего, идет о ее социокультурной детерминации: в развитии экономики ведущими факторами являются не производство и капитал финансовый, НТР как таковые, а капитал социальный и человеческий, включая процесс культурной трансмиссии и законы смены поколений, связанные с трансмиссией. Синфазность как повторяемость экономических циклов связана с существованием суперэтноса «цивилизованный мир»: формы экономической динамики являются разновидностями исторических циклов, охватывающих всю структуру общества. Как отметил Ф. Бродель: «Если сложить два этих движения – вековую тенденцию и цикл Кондратьева, – то мы будем располагать «музыкой» долго-

срочной конъюнктуры, звучащей на два голоса... Добавляя свои движения к подъему или спаду вековой тенденции, циклы Кондратьева усиливали или смягчали ее» [1]. Первостепенное значение циклам Н. Д. Кондратьева в развитии капитализма придает и основоположник «мир-системного» анализа, И. Валлерстайн. Он пишет: «В девятнадцатом столетии возникли три основных течения политической идеологии – консерватизм, либерализм и социализм, и с тех пор все три течения (в постоянно меняющихся обличьях) непрестанно боролись друг с другом». «Мы и в самом деле движемся в направлении другой исторической системы... Потребуется, однако, по меньшей мере, еще пятьдесят лет предсмертного кризиса, то есть «хаоса», прежде чем мы сможем надеяться выйти к новому социальному порядку» [2]. Даже несмотря на внимание к феноменам социального и человеческого капитала: слишком долго они игнорировались и производство сводилось к бизнесу и «ничего кроме бизнеса» буржуазия понимать не хотела и пока еще не хочет, а «истощение» старой парадигм сопровождается инерцией социально-институциональных механизмов, создающей барьеры потенциальному росту новой парадигмы, из-за чего экономика впадает в кризис [3]. Внешнее ядро шестого технологического уклада – наноэлектроника и биотехнологии, внутреннее – социогуманитарные технологии и их конвергенция. Вхождение России в шестой технологический уклад на этом фоне рассматривается как вопрос выживания, развития экономики, обеспечения безопасности и международного статуса страны, достижения высокого уровня социального благополучия населения. Если в рамках четвертого и пятого укладов отмечалось стремление к вертикально выстроенной организации социума, то шестой уклад предполагает горизонтальную пространственно-временную распределенность, имеет сетевой характер, для него типичен переход к долгосрочным инвестициям, и, как следствие – к сверхпроектам и долгосрочным перспективам.

#### Список использованных источников

1. *Бродель Ф.* Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв.: в 3 т. / Ф. Бродель. – М.: Прогресс, 1992. – Т. 3: Время мира. – С. 76.
2. *Валлерстайн, И.* После либерализма / И. Валлерстайн. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 256 с.
3. Freeman, C. Structural crises of adjustment / C. Freeman, C. Perez // *Technical Change and Economic Theory* / G. Dosi et al (eds). – London: Frances Pinter, 1988. – P. 138–157.

## **УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМИ ПОТОКАМИ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В условиях рыночной экономики трудовые ресурсы являются одним из главных ресурсов каждого предприятия.

Наиболее важными аспектами в управлении кадровыми потоками в логистической системе предприятия является подбор персонала, его обучение, оценка кадров, стимулирование и мотивация и увольнение работников.

В последнее время стали применяться различные современные эффективные виды подбора персонала. Скрининг – поиск работников по таким критериям, как наличие нужного образования, возраст, пол. Отбор производит сам работодатель, а кадровое агентство предоставляет подходящих кандидатов. Рекрутинг – глубокий подбор, который учитывает как личностные, так и деловые качества претендента, который осуществляется рекрутинговым агентством на базе кандидатов. Качественный поиск – это поиск кандидатов, учитывающий условия труда, особенности предприятия, деловые качества кандидата. При таком поиске объявления о наличии вакансий в СМИ не подаются. Хедхантинг – это поиск профессионалов высшего звена, а также редких специалистов. Осуществляется анализ вакансии, а также анализ, направленный на поиск кандидатов и собеседование [1, с. 355].

На сегодняшний день деловая оценка кадров является важным инструментом повышения эффективности управления персоналом. Без деловой оценки работников невозможно качественно управлять персоналом особенно в таких направлениях, как стимулирование, мотивация, обучение и переобучение кадров [2, с. 11]. Результаты деловой оценки кадров используют прежде всего для стимулирования работников. Устанавливается размер денежного вознаграждения, а далее оно варьируется на основе оценки работника [3, с. 305].

Также важной составляющей в процессе управления кадровыми потоками является мотивация персонала. По мнению Н. Самоукиной, система мотивации персонала в компании – комплекс мероприятий, стимулирующих персонал не только к работе, за которую пла-

тят деньги, но прежде всего к особой старательности и активному желанию работать именно в этой организации, к получению высоких и высочайших результатов в своей деятельности, к лояльности по отношению к руководству. Материального стимулирования на предприятии недостаточно, должна быть разработана система нематериальной мотивации кадров, направленная на удовлетворение их психологических, социальных, этических потребностей [4, с. 10].

Своевременное увольнение персонала позволяет предотвратить возможные ошибки и упущения непрофессионала. Стоит отметить, что увольнение сотрудников производится строго по Трудовому кодексу Республики Беларусь.

Таким образом, качественное управление кадровыми потоками позволит повысить производительность труда каждого работника, и, как следствие, повысит эффективность предприятия в целом.

#### **Список использованных источников**

1. Управление персоналом: учеб. пособие для студентов высших сельскохозяй. учеб. заведений по техн. специальностям / Э. И. Горнаков [и др.]; под общ. ред. Э. И. Горнакова. – Минск: ИВЦ Минфина, 2009. – 520 с.

2. Мизинцева, М. Ф. Оценка персонала: учебник и практикум для бакалавров / М. Ф. Мизинцева, А. Р. Сардарян. – М.: Изд-во Юрайт, 2014. – 378 с.

3. Есенькин, Б. С. Логистика в книжном деле: учебник / Б. С. Есенькин, М. Д. Крылова; Моск. гос. ун-т печати. – М.: Изд-во МГУП, 2002. – 335 с.

4. Самоукина, Н. В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах / Н. В. Самоукина. – М.: Вершина, 2006. – 224 с.

*Е. О. Деменковец*

Научный руководитель – кандидат сельскохозяйственных наук  
В. Е. Потеев, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПАРТИЦИПАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

В 2015 году в Республике Беларусь производство и реализации продукции сельского хозяйства несколько сократились, что сказалось на финансовом положении агропромышленного комплекса. В то же время снижать качество производимой продукции аграрии не имеют права, так как, например, вся молочная продукция Бобруй-

ского района поставляется известному в стране молочному холдингу «Бабушкина крынка». Это предприятие является в Республике Беларусь ведущим и известным далеко за её пределами, являясь победителем на международной выставке «Продэкспо-2016» в Москве. Такой престижный тренд ко многому обязывает животноводов района. В этой связи проблема конкурентоспособности сельхозпродукции является весьма актуальной. Ведь финансовые вопросы отрасли в значительной степени зарождаются в производственной сфере на всех уровнях управления. Не последнюю роль в этой работе играет проблема качества, как фактор конкурентоспособности, которую необходимо решать через принятие управленческих решений.

Проблема качества продукции сельского хозяйства рассматривается как наиболее важная, так как она определяет престиж производителей, а также научно-технический потенциал и степень развития экономики.

Развитие института управления качеством обеспечивает единство целей менеджмента, работников предприятия как самостоятельного хозяйствующего субъекта, что способствует повышению качества продукции.

Концепция такого управления исходит из того, что предоставление членом организации право участвовать в принятии решений, в том числе и по качеству продукции, что будет способствовать мотивации деятельности персонала и решению проблем. На первом этапе формирования подобных подразделений не требует изменения организационной структуры. Руководитель произвольно привлекает работников к обсуждению проблем и вариантов возможных решений. Таким образом, структура организации в целом приобретает черты демократического управления.

Практическое подтверждение вышеизложенного и определение резервов экономической эффективности за счет повышения качества продукции отражено на работе предприятий АПК Бобруйского района по реализации молока. Исследование проводилось путем аналитической оценки качества молока предприятий района. Так за 2015 год предприятиями разных фирм собственности и хозяйствования продано молока молокозаводом 42,1 тыс. тонн, в том числе по качеству 55 % – «экстра», 43 % – высшим сортам и 2 % – первым сортом. Для обывателя как будто показатели и не плохие, но с точки зрения специалиста не так уж и хороши. Ведь молоко животные продуцируют исключительно чистое во всех отношениях, так как

лучшего фильтра, чем биологический, еще не изобретено. Следовательно, если бы вся продукция была реализована «экстра», то дополнительная прибыль от продажи составила бы около 11,1 млрд руб.

Кроме того, потенциальная генетическая возможность породы коров равна 4 % жира в молоке. Фактическая жирность за 2015 год составила только 3,61 %. Поэтому резерв дополнительной прибыли от жирности молока равен 7,6 млрд руб. В целом же возможность увеличения годовой прибыли от качества молока равен свыше 18,7 млрд руб.

Если говорить о возможности реализации данного проекта, то реальность его вполне осуществима. Анализ показывает, что такие предприятия как СПК «Стасевка» реализует все молоко «экстра» и жирностью 4 %, УКСП «Совхоз Киселевичи» – соответственно 80 % «экстра» жирностью 3,8 %. Высокие показатели качества молока в СПК «Гигинт» и СПК «Колхоз имени А. Невского».

Не менее эффективны и резервы повышения качества реализуемой продукции мясного животноводства, а также продукции растениеводческой отрасли.

Таким образом, эффективное управление качеством продукции сельского хозяйства есть реальная возможность максимально использовать резервы этой отрасли, что позволяет решить финансовые проблемы предприятий АПК.

*А. В. Дорофеева*

Научный руководитель – С. В. Сакур, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **АНАЛИЗ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

В системе агропромышленного комплекса наибольшее воздействие на окружающую среду оказывают предприятия молочной промышленности. В настоящее время в Беларуси при переработке молока и производстве сыров, творога и казеина образуется более 1500 тыс. т молочной сыворотки в год. Более 25 % из этого количества сбрасывается в канализацию. Попадание молочной сыворотки в систему канализации и непосредственно в водоемы наносит значительный урон окружающей среде, т. к. 1 т молочной сыворотки загрязняет водоемы так же, как 100 т хозяйственно-бытовых стоков.

Технический уровень создаваемых в республике производств позволяет перерабатывать только подсырную сыворотку и получать конечный продукт для кормовых целей, а также отдельные партии для производства пищевых продуктов. Вместе с тем установленное оборудование не позволяет перерабатывать творожную и казеиновую сыворотку, которая имеет высокий уровень кислотности. Кислая сыворотка занимает в Беларуси до 40 % от общего количества полученной в производстве сыворотки.

Одной из ведущих тенденцией в развитии молочной промышленности в нашей стране и за рубежом является широкое использование мембранных методов обработки. Использование в технологической схеме переработки молочной сыворотки с получением высокобелкового продукта мембранных процессов можно значительно повысить технико-экономические показатели этого способа переработки сыворотки.

Высокая концентрация протеина в продукте дает возможность эффективно, с наименьшими затратами балансировать корма для животных. По сравнению с растительными белками, белки получаемого продукта являются более устойчивыми. В производстве не используются генетически модифицированные виды молока и микроорганизмы.

Потребность в энергоресурсах и воде для данного проекта отражена в таблице 1.

*Таблица*

### **Потребность в энергоресурсах и воде**

<b>Наименование энергоресурсов</b>	<b>Оборудование</b>	<b>Кол-во ед., шт</b>	<b>Расход</b>	<b>Стоимость, евро</b>
Топливо	Распылительная сушилка, Гкал/час	1	1	36,6
Электроэнергия	Воздушный компрессор, кВт/час	2	150	16,3
	Сушилка, кВт/час	1	25	2,7
	Насосы, кВт/час	5	30	3,2
Вода оборотки	Охлаждение ферментаторов, м <sup>3</sup> /час	-	5	3,6
Итого:	-	-	-	62,4

*Примечание.* Источник: собственная разработка на основе [1].

На основе данных, представленных в таблице, можно сделать вывод, что для обеспечения предприятия необходимыми ресурсами необходимо будет затратить 62,4 евро/час.

При расчете ТЭО исходя из работы завода 30 рабочих дней в месяц на основе калькуляции затрат на сходный по технологии процесс получения сыворотки сухой деминерализованной СД-НФ из сыворотки подсырной молочной и рыночных цен на белок кормовой, сформированный в Беларуси, определим, что время окупаемости предлагаемого проекта 3 года. Капиталовложения на реализацию технологических проектов стран Западной Европы окупаются за 9–10 лет.

Предлагаемый проект позволяет производить белковый продукт, в котором содержание белка в 3 раза превышает его содержание в сухой молочной сыворотке, получаемой по технологии стран Западной Европы и США.

Предлагаемый проект способствует решению важнейшей государственной проблемы – укреплению кормовой базы животноводства и повышению продовольственной безопасности страны за счет импортозамещения источников кормового белка.

#### **Список использованных источников**

1. Современные процессы получения двухслойных фильтрующих материалов / П. А. Витязь [и др.] // Материалы конференции «Порошковая металлургия: ее сегодня и завтра» («ПМ-2012»), 27–30 ноября 2012 г., Киев. – Институт проблем материаловедения имени И. Н. Францевича НАН Украины, 2012. – С. 142.

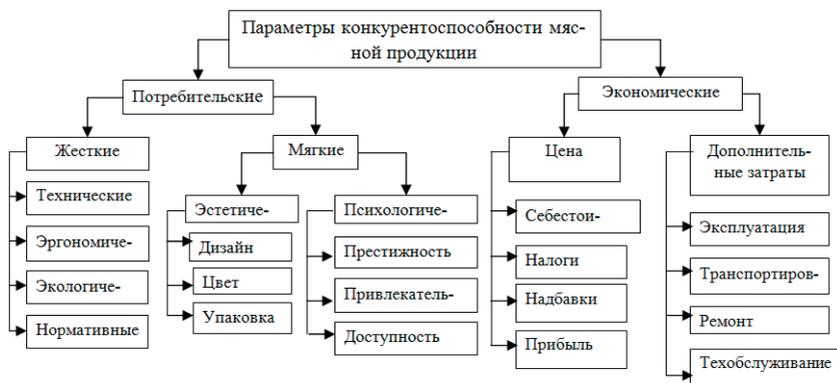
*Т. П. Карнеенко*

Научный руководитель – М. И. Какора, МГУП (Могилев)

## **РОЛЬ СЕБЕСТОИМОСТИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ**

В условиях обеспечения национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь особое значение в последние годы приобретают вопросы оценки конкурентоспособности продовольственных товаров отечественного производства и выявления путей её повышения.

Конкурентоспособность продукции формируется с учётом нескольких ее характеристик. Слагаемые комплексной характеристики конкурентоспособности мясной продукции представлены на рисунке 1.



*Рис. 1. Слагаемые комплексной характеристики конкурентоспособности*

Основными показателями оценки конкурентоспособности мясной продукции являются качественные (органолептические характеристики, калорийность), экономические (цена потребления) и организационно-коммерческие (расфасовка, известность продукта, наличие необходимой информации на упаковке, привлекательность упаковки, предприятие-производитель). В современных условиях, когда резервы повышения качества и снижения цены порой исчерпаны, особая роль в обеспечении конкурентоспособности товара отводится организационно-коммерческим показателям, характеризующим отличие продукции по степени успешности организации рекламы, сбыта и обслуживания покупателей.

Конкурентоспособность продукции мясоперерабатывающей промышленности в наибольшей степени определяется ценой, т. к. именно она заставляет потребителя сделать выбор в пользу того или иного мясного продукта. Основным фактором, определяющим цену товара, является его себестоимость, т. к. цена чаще всего формируется затратным методом и себестоимость является её нижней границей.

Снижение себестоимости продукции на мясоперерабатывающих предприятиях напрямую связано с улучшением использования сырья и материалов, т. к. они в структуре себестоимости занимают

порядка 80 %. Снижение издержек за счет материальных затрат на мясоперерабатывающих предприятиях возможно за счет: экономии мясного сырья и использовании различного рода добавок, экономии топливно-энергетических ресурсов, исключении посредников при заключении договоров поставок и др.

Таким образом, снижение себестоимости является важным направлением деятельности организации в обеспечении конкурентоспособности продукции, т. к. низкая себестоимость с одной стороны позволяет получать высокую прибыль в период, когда наблюдается высокий спрос на продукцию, а с другой – создает возможность для снижения цены и стимулирования сбыта в ситуации, когда спрос на продукцию предприятия снижается.

*И. А. Колесова*

Научный руководитель – кандидат сельскохозяйственных наук  
доцент В. С. Печень, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ОЦЕНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ИООО «ТЕХНОНИКОЛЬ»)**

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в настоящее время предприятию необходимо максимизировать эффективность своей деятельности. Поэтому вопросам анализа и оценки рентабельности производства уделяется достаточно много внимания. Как известно, изучение данного вопроса является важным для финансовой системы предприятий, его стабильного функционирования, наибольшей результативности и, соответственно, получения прибыли.

Рентабельность – это относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса. Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, коммерческой и т. д.).

Рассмотрим некоторые из показателей рентабельности.

1. Рентабельность продукции показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля выручки от реализации продукции. Находится отношением прибыли от реализации продукции к себестоимости реализованной продукции.

На данном предприятия рентабельность продукции составляет в 2012 г. –18,2 %; в 2013 г. –14,7 % (что на 3,5 % ниже, чем в 2012 г.). В 2014 г. рентабельность продукции составила 4,7 %, что на 10 % ниже, чем в 2013 г. Падение рентабельности продукции в большей степени обусловлено ростом себестоимости продукции.

Положительное значение показателя рентабельности продукции свидетельствует об эффективности основной деятельности и необходимости сохранения производства данной продукции, а отрицательное – о замене некоторых старых продуктов новыми.

2. Рентабельность продаж характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности: сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж. Рассчитывается рентабельность продаж делением прибыли от реализации продукции, работ и услуг на сумму полученной выручки. Этот показатель может рассчитываться как по предприятию, так и по отдельным видам продукции.

В целом по предприятию рентабельность продаж составила в 2012 г. – 11,1 %; а в 2013 г. – 6 %. В 2013 г. произошло снижение рентабельности продаж к предшествующему году на 5,1 %. В 2014 г. отмечается дальнейшее снижение рентабельности продаж (до 3,6 %). Это на 1,5 % меньше, чем в 2013 г. Уменьшение данного показателя может быть связано со снижением прибыли от реализации продукции.

3. Рентабельность производства показывает, сколько прибыли приходится на 1 рубль затрат (расходов). Рассчитывается рентабельность производства отношением прибыли от реализации продукции, работ, услуг к сумме расходов на реализацию.

Изучение изменения данного показателя на предприятии показало, что рентабельность производства в 2012 г. составила 10,3 %. В 2013 г. этот показатель снизился до 7,8 %, что на 2,5 % меньше, чем в предшествующий период. В 2014 г. наблюдается дальнейшее снижение данного показателя до 2,9 %, что на 4,9 % меньше, чем в 2013 году. Снижение данного показателя рентабельности можно объяснить ростом затрат на реализацию продукции, работ, услуг.

Мероприятиями, направлениями повышения рентабельности работы организации являются:

1) увеличение роста прибыли за счет ускорения оборачиваемости оборотных средств, за счет снижения себестоимости продукции, за счет увеличения объема реализации продукции;

2) снижение себестоимости за счет увеличения объемов выпускаемой продукции, улучшения уровня организации производства, слаженной работы всех подразделений предприятия;

3) увеличение объемов производства и реализации продукции.

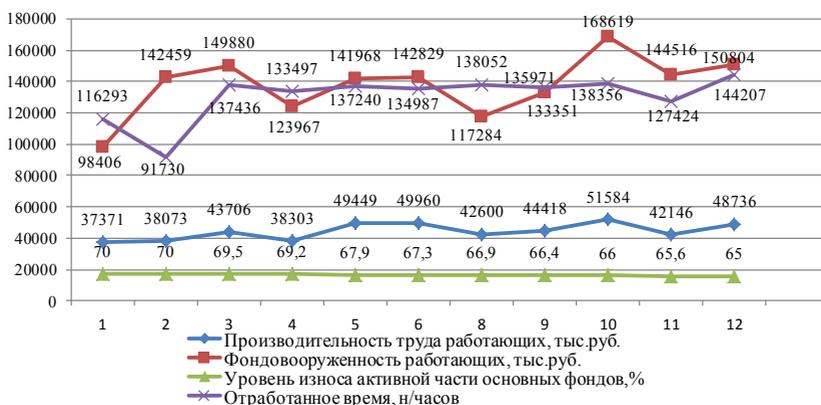
*Т. Д. Красинская*

Научный руководитель – Т. Г. Авдеева, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ ФАКТОРОВ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Корреляционный анализ позволяет выявить взаимосвязи между показателями производительности труда и факторами, оказывающими на нее влияние. Построение регрессионной модели помогает определить влияние факторных признаков на результивный показатель.

Зависимость производительности труда ( $Y$ ) от: фондовооруженности ( $x_1$ ), уровня износа активной части основных фондов ( $x_2$ ) и количество выработанных нормо-часов ( $x_3$ ) можно выразить уравнением множественной регрессии. Исходные данные для анализа представлены на рисунке 1.



*Рис. 1. Исходные данные для регрессионного анализа ОАО «Красный пищевик»*

Коэффициент множественной корреляции R, равный 0,793635, говорит о значительном влиянии выбранных факторов на резуль- тивный показатель.

Коэффициент детерминации равен 0,6299, это означает, что все исследуемые воздействующие факторы объясняют 62,99 % вариации анализируемой функции. Расчетное значение F-статистики со- ставило 0,0606, фактическое значение F-статистики – 3,9705, т. к. оно превышает свое расчетное значение, следовательно, постро- енная модель значима.

Надежность уравнения связи оценивалась с помощью критерия Фишера и показала, что  $F_{расч} > F_{табл}$ , следовательно, гипотеза об от- сутствии связи между исследуемыми показателями отвергается. По- строенная трехфакторная модель уравнения множественной регрес- сии, имеет следующий вид

$$Y_x = 1,47 \times x_1 - 1,545 \times x_2 + 0,48 \times x_3.$$

В результате проведенного регрессионного анализа установлено, что производительность труда работающих: увеличится на 1,47 тыс. руб. при увеличении фондовооруженности работающих на 1 тыс. руб.; уменьшится на 1,545 тыс. руб. при повышении уровня износа активной части основных фондов на 1%, увеличится на 0,48 тыс. руб. при повышении отработанного времени на 1 н/час. Резервы повыше- ния уровня производительности труда представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Резервы повышения уровня производительности труда  
ОАО «Красный пищевик»**

Показатель	Обозна- чение	Уровень показателя		Резерв при- роста, месяц	Пара- метр модели	Резерв, тыс. руб.	
		факт.	план			в месяц	в год
Фондово- оруженность работающих, тыс. руб.	X1	150804	151431,3	627,3	1,47	922,131	10143,4
Уровень из- нося активной части ОФ, %	X2	65	64,6	-0,4	-1,545	0,618	6,798
Отработан- ное время, н/ч	X3	144207	144454	247	0,48	118,56	1304,16
Итого		-	-	-	-	1963,44	21597,8

Если предприятие достигнет запланированного уровня факторных показателей, уровень производительности труда повысится на 1963,44 тыс. руб. за месяц, в том числе за счет: повышения фондовооруженности на 922,131 тыс. руб. за месяц, снижения уровня износа активной части фондов на 0,618 тыс. руб. за месяц, увеличения отработанного времени на 118,56 тыс. руб. за месяц.

Необходимо постоянно проводить мероприятия направленные на повышение производительности труда в организации ОАО «Красный пищевик»: повышать технологический уровень производства, совершенствовать системы организации труда, снижать трудозатраты производственных рабочих и норм времени, сокращать непроизводительные потери времени, повышать квалификацию рабочих.

*И. Ю. Курбиева*

Научный руководитель – кандидат экономических наук  
Н. П. Драгун, ГГТУ имени П. О. Сухого (Гомель)

## **ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА**

В условиях трансформации национальной экономики, модернизации производства, особую значимость приобретает решение задачи повышения уровня производительности труда, как на уровне отраслей, так и на уровне организаций. Необходимость изучения вопросов производительности труда обусловлена наличием проблем в сфере корпоративного управления, низкой эффективностью управления трудом на предприятиях вследствие недостаточного применения современных форм организации деятельности (применение аутсорсинга, аутстаффинга и т. д.). В этой связи, представляется целесообразным изучение передового зарубежного опыта с целью обобщения и распространения его на отечественном производстве.

Проведенный нами сравнительный анализ производительности труда в Беларуси, развитых и развивающихся странах позволил установить, что производительность труда на душу населения в Беларуси в 2013 г. составила 32 % от уровня США, 45 % – Японии, 70 % – России, 82 % – Казахстана. По данному показателю Беларусь опережает Болгарию, Китай и Украину. По отношению к развитым странам производительность труда на душу населения в Беларуси

ниже в 2–2,5 раза. Уровень производительности труда на 1 занятого в Беларуси ниже в пределах: от 3,5 раза – для Норвегии и до 2 раз – для Японии (в среднем ниже в 2,6 раза) [1].

Проведенное нами исследование современных механизмов управления производительностью труда за рубежом позволило выделить следующие инструменты, обуславливающие высокий уровень показателя производительности труда в наиболее эффективных зарубежных компаниях:

- современный подход, используемый в зарубежных корпорациях (в частности, стран Японии, Германии и США), отличается значительным расширением содержания, форм и методов организации труда работников. Так, на японских предприятиях успешно работают технологии «бережливого производства», которые сочетают концепцию ликвидации потерь, управление запасами по принципу Just-In-Time, встроенное качество, вовлечение рабочих;

- в зарубежной практике широко используются гибкие системы оплаты труда, основанные на участии работников в прибылях фирмы или в распределении доходов;

- прогрессивным методом нормирования труда за рубежом является микроэлементное нормирование. К числу микроэлементных систем, получивших наибольшее распространение в практике зарубежного нормирования, относятся системы MTM, Work Factor, Most, Modapts Plus;

- в практике управления зарубежными компаниями имеет место наличие тесной связи между управлением производительностью труда и деятельностью специальных кадровых служб. Так, например, в европейской практике управления часто встречаются выделенные отделы нормирования труда.

Подходы западных компаний к управлению производительностью труда во многом отличаются от отечественных. В этой связи, существенными положительными факторами роста производительности труда в Беларуси являются, во-первых, корпоративное управление на основе западных стандартов к его организации и контролю; во-вторых, внедрение трудосберегающих технологий и современных форм организации деятельности.

#### **Список использованных источников**

1. Драгун, Н. П. Сравнительный анализ производительности труда в Республике Беларусь, развитых и развивающихся странах / Н. П. Драгун,

*Ю. А. Мацюк*

Научный руководитель – Т. Г. Авдеева, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Промышленность – единственная отрасль, которая производит орудия труда. От характера и степени их совершенства зависит технический уровень всех отраслей народного хозяйства, включая и саму промышленность, состав, структуру и квалификацию кадров. Она во многом определяет уровень развития производительных сил общества и возможности применения индустриальных методов труда во всех отраслях народного хозяйства.

Промышленность занимает также важное место в экономическом развитии страны, так как она производит основную часть валового общественного продукта и национального дохода.

Основные показатели эффективности промышленности в Республике Беларусь представлены в таблице 1.

*Таблица 1*

**Основные показатели работы промышленности**

<b>Показатель</b>	<b>2010 г.</b>	<b>2011 г.</b>	<b>2012 г.</b>	<b>2013 г.</b>	<b>2014 г.</b>
Число организаций, единиц	11 946	12 479	13 055	13 615	13 696
Объем промышленного производства, млрд руб.	166 953	347 655	615 862	605 635	673 850
Среднесписочная численность работников, тыс. человек	1075,1	1073,8	1059,1	1036,9	989,0
Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млрд руб.	13 356	51 127	76 923	53 391	56 935
Рентабельность продаж, %	6,9	12,7	11,3	7,5	7,6

*Примечание.* Источник [1].

Из таблицы видно, что число организаций с каждым годом растет. В промежутке с 2013 по 2014 гг. число организаций увеличилось на 81 единицу, следовательно, темп роста составил 100,60 %, если взять промежутки с 2010 по 2014 гг., то число организаций увеличилось на 1750 единиц, темп роста – 114,65 %.

Объём промышленного производства также возростал. Наиболее ярко это наблюдается в период с 2010 по 2011 гг. и с 2011 по 2012 гг., что, соответственно, и значительно увеличило прибыль от реализации продукции, товаров, работ и услуг. В вышеуказанные периоды темп прироста прибыли составлял 382,80 % и 150,45 %. Это свидетельствует о том, что промышленность развивалась эффективно, а если взять показатели за последние годы, то есть 2013 и 2014 гг., мы заметим, что развитие промышленности заметно снизило свои обороты.

Одним из наиболее важных показателей является рентабельность. Темп роста в период с 2013 на 2014 год составил 101,33 %, а с 2010 по 2014 год – 110,14 %. Это свидетельствует о том, что развитие промышленности в Республике Беларусь малоэффективно.

Промышленность играет важную роль в области трудоустройства граждан. Проведя анализ, мы наблюдаем снижение численности работников: в период с 2010 по 2011 гг. снизилась на 1,3 тыс. чел., с 2011 по 2012 г. – 14,7 тыс. чел., с 2012 по 2013 г. – 22,2 тыс. чел., с 2013 по 2014 г. – 47,9 тыс. чел. Наибольший темп снижения численности работников наблюдался в периоды с 2012–2013 гг. и 2013–2014 гг. Они, соответственно, составили 151,02 % и 215,77 %.

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: развитие промышленности значительно снизилось, что повлияло на увеличение безработицы, рост инфляции, несоответствие показателей увеличения производительности и рентабельности.

#### **Список использованных источников**

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь/ редкол. И. В. Медведова [и др.]// Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2015.

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЗТДиА»)**

В условиях рыночной экономики возрастает роль рационального использования производственно-технического потенциала на предприятиях, который определяется эффективностью использования финансовых, материальных и трудовых ресурсов.

Производительность труда является одним из важнейших показателей эффективности общественного производства. Применение этого показателя позволяет оценить эффективность труда как отдельного работника, так и коллектива.

Объектом исследования является система повышения производительности труда на предприятии ОАО «БЗТДиА». Предметом исследования выступают изучение и анализ теоретических и практических подходов к организации систем повышения производительности труда на современных предприятиях.

Анализ деятельности ОАО «БЗТДиА» за 2013–2014 годы выявил рост численности персонала на 37 человек и увеличение среднемесячной заработной платы, ее прирост за анализируемый период составил 25,3 %. В целом, анализ позволяет сделать вывод о снижении эффективности функционирования предприятия, т. е. уменьшается прибыль на 23,2 %, таким образом, возрастает объем нереализованной продукции. Одной из причин такого снижения является неэффективная кадровая политика. Поэтому возникает необходимость более детального анализа эффективности использования трудовых ресурсов, в частности существующей системы производительности труда.

Результаты расчетов указывают, что производительность труда одного работника РУП «БЗТДиА» в 2014 году возросла по сравнению с 2013 годом на 14,8 % (114,8 – 100), в том числе за счет роста часовой производительности труда рабочего на 4,2 %, за счет роста продолжительности рабочего дня рабочих – на 0,8 %, за счет роста продолжительности рабочего периода рабочих – на 10,7 %. За счет уменьшения доли рабочих в общей численности работников производительность труда уменьшилась в этот период на 1,2 %.

Объем произведенной продукции в 2014 году по сравнению с 2013 годом возрос на 38254,48 млн руб. Причем этот прирост был достигнут за счет роста часовой производительности труда – на 11962,02 млн руб., за счет увеличения продолжительности рабочего дня – на 2068,62 млн руб., за счет увеличения продолжительности рабочего периода – на 27281,8, а за счет уменьшения доли рабочих в общей численности работников объем произведенной продукции сократился на 3147,94 млн руб.

В связи с этим можно предложить ряд мероприятий по повышению эффективности использования и повышению производительности труда персонала ОАО «БЗТДиА»: снижение трудоемкости продукции, что позволит уменьшить удельный вес заработной платы производственных рабочих в себестоимости производимой продукции; ликвидация прогулов и целодневных простоев, сокращение заболеваемости, что приведет к увеличению прибыли; создание автоматизированной системы управления при сборе более точной информации о потребности в обучении работников. Также необходимо снизить потери рабочего времени и простои, повысить действительный фонд времени работы работников.

Таким образом, от производительности труда в значительной степени зависят объем и своевременность выполнения работ, эффективность использования оборудования и, как результат, объем производства и реализации продукции, работ, услуг ее себестоимость, прибыль и ряд других экономических показателей.

*Ю. А. Сухотская*

Научный руководитель – З. И. Кузьменок, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ОСИПОВИЧСКИЙ ЗАВОД АВТОМОБИЛЬНЫХ АГРЕГАТОВ»**

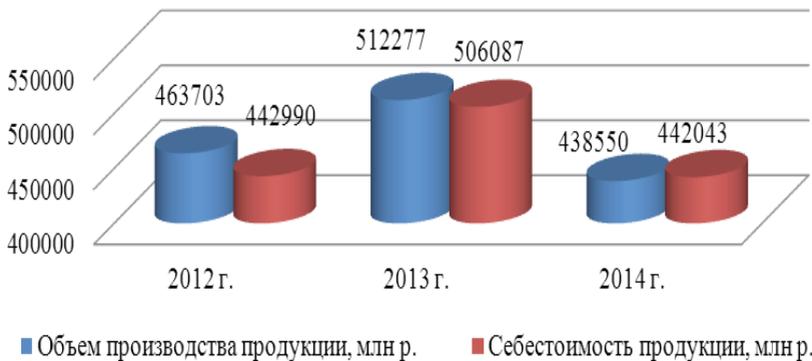
Себестоимость – важнейший качественный показатель, отражающий результаты хозяйственной деятельности предприятия, технико-экономический уровень производства, качество управления. Она является исходной базой для формирования цен, оказывает непосредственное влияние на величину прибыли и уровень рентабельности производства. Себестоимость представляет собой стоимостную

оценку затрат, связанных с использованием в процессе производства и реализации продукции основных фондов, сырья, материалов, топлива, энергии, трудовых ресурсов и др.

ОАО «Осиповичский завод автомобильных агрегатов» – это один из крупнейших в Республике Беларусь производителей изделий к автомобильной и сельскохозяйственной технике.

Исследование себестоимости продукции на предприятии в период с 2012 г. по 2014 г. показало, что темпы роста себестоимости продукции выше темпов роста объемов производства. Себестоимость в 2013 г. по отношению к 2014 г. выросла на 114,24 %, в то время как объемы производства продукции только на 110,48 %. В 2014 г. по отношению к 2013 г. темпы роста себестоимости сократились и составили 87,35 %, однако объем производства упал еще больше и темп его роста составил 85,61 %. Динамика объемов производства и себестоимости продукции ОАО «Осиповичский завод автомобильных агрегатов» представлена на рисунке 1.

Материальные затраты занимают наибольший удельный вес в структуре себестоимости. В 2013 г. они увеличились на 30 095 млн руб. по сравнению с предыдущим периодом и составили 301 246 млн руб., темп роста – 111,10 %. В 2014 г. данный показатель составил 259 280 млн руб., что на 41 966 млн руб. меньше значения предыдущего периода, темп роста – 86,07 % (рис. 1).



**Рис. 1. Динамика объемов производства и себестоимости продукции ОАО «Осиповичский завод автомобильных агрегатов»**

Уровень затрат на 1 руб. произведенной продукции также является важным обобщающим показателем, характеризующим уровень себестоимости продукции в целом по предприятию. В ОАО «Осипо-

вичский завод автомобильных агрегатов» в качестве расчета берется не 1 р. произведенной продукции, а 1000 р.

В 2013 г. на 1000 р. произведенной продукции приходится 955,33 руб. всех затрат, в том числе 584,75 руб. материальных затрат, 240,11 руб. расходов на оплату труда, 83,76 руб. отчислений на социальные нужды, 25,59 руб. амортизационных отчислений и 21,12 руб. прочих затрат. В 2014 году на 1000 р. произведенной продукции приходится уже 1007,97 руб. всех затрат, в том числе 591,22 руб. материальных затрат, 263,98 руб. расходов на оплату труда, 92,89 руб. отчислений на социальные нужды, 31,11 руб. амортизационных отчислений и 28,76 руб. прочих затрат.

Наибольший удельный вес в структуре себестоимости продукции предприятия принадлежит статье «Материальные затрат», что указывает на высокую материалоемкость производства, при этом данный показатель за анализируемый период имеет тенденцию к увеличению. Это одна из важных причин снижения эффективности промышленного производства предприятия и конкурентоспособности его товаров.

*К. В. Флидер*

Научный руководитель – Н. А. Теплякова

## **ЭКСПОРТ ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ – ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

Экспорт является одним из основных критериев развития белорусской экономики. В структуре экономики страны экспорт традиционно составляет более половины валового внутреннего продукта, в силу чего является одним из основных источников обеспечения устойчивого роста экономики страны.

На XVII Ассамблее деловых кругов Республики Беларусь «Вызов кризису», прошедшей 2 марта 2016 г. в Минске, была озвучена позиция Правительства Республики Беларусь об увеличении доли бизнеса страны во внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь. В настоящее время в стране насчитывается 22 тысячи субъектов хозяйствования малого и среднего бизнеса, но только 8 800 из них принимают участие в экспортной деятельности. Эти предприятия обеспечивают около 18 % белорусского экспорта.

В марте 2016 г. заканчивается разработка Национальной программы «Экспорт Беларуси на 2016–2020 гг.», предусматривающая стратегию выхода страны на новые внешние рынки и расширение имеющихся рынков сбыта, развитие совместных производств и создание новых рабочих мест, партнерство предпринимательства и государства, развитие добросовестной конкуренции.

Оборот внешней торговли товарами Республики Беларусь за 2015 год по сравнению с 2014 годом уменьшился на 19 585 млн долл. США и составил 74,4 %. Значительное уменьшение экспорта наблюдается также и по предприятиям г. Бобруйска. Стоимостной объем экспорта товаров предприятий города за январь-октябрь 2015 г. составил 332,1 млн долл. США или 63,4 % к аналогичному периоду 2014 г., импорта – 199,5 млн долл. США или 50,3 %. Сальдо внешней торговли товарами сложилось положительное в сумме 132,6 млн долл. США. Снижение объема экспорта к аналогичному периоду прошлого года в целом по г. Бобруйску обусловлено уменьшением объемов экспортных поставок основных промышленных предприятий – экспортеров, подчиненных республиканским органам управления (удельный вес в общем объеме экспорта города – 87,8 %): ОАО «Белшина» – 66,2 %; ОАО «Бобруйский завод тракторных деталей и агрегатов» – 79,3 %; ОАО «Управляющая компания холдинга «Бобруйскагромаш» – 72,4 %; ОАО «Бобруйский машиностроительный завод» – 68,7 %. Удельный вес экспорта в страны СНГ за январь-октябрь 2015 года составил 83 % (за аналогичный период прошлого года – 87 %), в том числе в Российскую Федерацию соответственно 55,9 % и 61,9 %. В рамках диверсификации рынков сбыта предприятиями города в 2015 году были осуществлены поставки на новые перспективные рынки 12 стран (Ирак, Алжир, Мексика, Саудовская Аравия, Испания и др.).

Объем экспорта товаров за январь-октябрь 2015 г. организаций без учета республиканской собственности, а также нефти и нефтепродуктов составил 40,5 млн долл. США, или 51,4 % к аналогичному периоду прошлого года (при прогнозном показателе на 2015 г. – 107,5 %), объем импорта – 49,2 млн долл. США или 64,8 %. Сальдо внешнеторгового оборота товарами указанных организаций отрицательное в сумме 8,7 млн долл. США. Значительно сократились за январь-октябрь 2015 г. (на 20,3 млн долл. США) объемы экспортных поставок предприятий-экспортеров с долей коммунальной собственности (34,9 % к аналогичному периоду прошлого года).

Экспорт товаров предприятиями без ведомственной подчиненности составил 28,5 млн долл. США, или 62,1 % к соответствующему периоду 2014 г. Экспорт услуг в целом по городу в январе-октябре 2015 г. составил 9552,1 тыс. долл. США, или 80,7 % к аналогичному периоду прошлого года.

#### **Список использованных источников**

1. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь.
2. Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь.
3. Отчетные материалы Бобруйского горисполкома «Об итогах социально-экономического развития г. Бобруйска» за 2015 год.

*Е. С. Хурсан*

Научный руководитель – З. И. Кузьменок, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ И ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА “БОБРУЙСКАГРОМАШ”»**

Себестоимость характеризует качественную сторону всей производственной и хозяйственной деятельности предприятий. Чем ниже себестоимость продукции при одинаковом уровне производства, тем выше его эффективность. То есть изменение себестоимости (сокращение или увеличение) свидетельствует об удешевлении или удорожании единицы продукции, что сказывается на увеличении или уменьшении прибыли.

От уровня себестоимости продукции зависят финансовые результаты деятельности предприятия и его финансовое состояние, так как между размерами величины прибыли и себестоимости существует обратная функциональная зависимость. При росте затрат на реализованную продукцию более высокими темпами, чем выручки от реализации, рентабельность продаж снижается, и наоборот. Себестоимость реализованной продукции имеет практическое значение для определения рентабельности продаж, т. е. если себестоимость произведенной продукции увеличилась более медленными темпами, чем реализованной, можно предположить, что в следующем периоде при прочих равных условиях, рентабельность продаж повысится.

При оценке показателей себестоимости целесообразно сопоставить изменение затрат на произведенную и реализованную продукцию с изменением выручки от реализации. Исследование проводилось на примере ОАО «Управляющая компания холдинга «Бобруйсагромаш».

В 2014 г. по сравнению с 2013 г. выручка от реализации продукции исследуемого предприятия уменьшилась на 408 036 млн руб. и темп ее роста составил 59,78 %, что ниже темпов роста себестоимости произведенной продукции, которые составили 63,62 %. Темпы роста выручки от реализации продукции, работ, услуг также ниже темпов роста себестоимости реализованной продукции на протяжении всего исследуемого периода.

Удельный вес себестоимости реализованной продукции в 2014 г. по отношению к 2013 г. увеличился на 5,35 процентных пункта, а полной себестоимости произведенной продукции на 35,12 процентных пункта.

Для всесторонней оценки себестоимости продукции было проанализировано количество продукции (выручку) на 1 руб. затрат в ОАО «Управляющая компания Холдинга «Бобруйсагромаш»». На предприятии на 1 руб., вложенный в полную себестоимость реализованной продукции, в 2012 г. приходится 1,26 руб. выручки, в то время как в 2013 г. – 1,09 руб., а в 2014 г. на 1 руб. затрат приходилось 1,02 руб. продаж. Соответственно спад по этому показателю составил 0,17 руб. в 2013 г. и 0,07 руб. в 2014 г. Можно отметить тенденцию роста затрат на рубль реализованной продукции.

Рентабельность продаж и продукции имеют устойчивую тенденцию к спаду, в 2012 г. рентабельность продаж составила 20,63 %, рентабельность продукции – 27,58 %. В 2013 г. рентабельность продаж снизилась на 12,79 процентных пункта, а рентабельность продукции на 18,62 процентных пункта. В 2014 г. данные показатели также имеют тенденцию к снижению, но более низкими темпами. Рентабельность продаж снизилась на 5,93 процентных пункта и составила 1,91 %, а рентабельность продукции снизилась на 6,9 процентных пункта и составила 2,06 %. В динамике эти два показателя имеют тенденцию к снижению.

Исследование показало, что темп роста выручки от реализации продукции, сопровождался опережающим темпом роста себестоимости реализованной продукции, что приводит к снижению темпов роста прибыли от реализации продукции вследствие роста издержек на производство и продажу продукции.

*Е. Ю. Чеботарева, А. Ю. Чинжарова*  
Научный руководитель – Л. В. Батурина, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Наличие системы социальной защиты населения характерно практически для всех стран и необходимость в ней для конкретного гражданина обусловлена наступлением обстоятельств, исключающих возможность создания его трудом условий, обеспечивающих ему основные жизненные потребности.

Социальная защита населения осуществляется из специализированных государственных и негосударственных фондов, количество и назначение которых в каждом государстве соответствует уровню его экономического развития. В Республике Беларусь финансирование в области социального обеспечения осуществляется за счет средств государственного целевого внебюджетного фонда – Фонда социальной защиты населения (ФСЗН).

Основными доходными источниками Фонда социальной защиты населения являются взносы на государственное социальное страхование, в среднем их доля составляет 96,6 %. Прирост налоговых доходов в 2014 году по отношению к 2013 г. составил 34,4 %, в 2015 г. к 2014 г. – 19,2 %. Совсем небольшая доля принадлежит неналоговым доходам – 3,4 %.

Наибольшую часть расходов Фонда социальной защиты населения составляют различного вида пенсии и пособия, в среднем их доля составляет 98,4 %, причем ежегодно она возрастает. Отношение 2014 года к 2013 г. показывает прирост на 35,7 %, а 2015 год к 2014 г. – 21,2 %. Оставшаяся часть расходов Фонда ориентирована на оказание материальной помощи нуждающимся гражданам – 0,04 %, финансирование мероприятий по обеспечению занятости населения – 0,27 %, финансирование санаторно-курортного лечения и оздоровления – 0,58 %, финансирование деятельности Фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, в том числе его материально-техническое обеспечение – 0,39 %, финансирование мероприятий по развитию учреждений социального обслуживания – 0,09 %, иные расходы – 0,002 %.

Изучив динамику доходной и расходной части бюджета ФСЗН, можно сделать вывод, что доля денежных средств в 2014 году по

сравнению с 2013 г. увеличилась на 35 %. А вот отношение 2015 г. к 2014 г. показывает прирост доходов и расходов на 22 %.

Если же рассматривать соотношение бюджета ФСЗН 2015 г. к 2013 г., то темп роста доходов и расходов составляет 165 %.

Важнейшими путями реализации задач социальной политики в Республике Беларусь являются: повышение эффективности занятости населения, постепенное приближение страны по уровню заработной платы к развитым европейским государствам, укрепление здоровья, увеличение рождаемости и ожидаемой продолжительности жизни населения, повышение интеллектуального и культурного потенциала нации, улучшение качества и обеспечение доступности социальных услуг независимо от места жительства.

Механизмами реализации поставленных задач являются: развитие новых видов социальных услуг, реализация эффективных мер по поддержке наиболее уязвимых категорий населения, разработка проекта Государственной программы социальной интеграции инвалидов и пожилых граждан на 2016–2020 годы, разработка и реализация проекта Национальной программы демографической безопасности Республики Беларусь.

#### **Список использованных источников:**

1. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by>. – Дата доступа: 05.03.2016.

2. Официальный сайт ФСЗН Министерства труда и социальной защиты населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ssf.gov.by>. – Дата доступа: 05.03.2016.

*К. С. Янушкевич*

Научный руководитель – И. И. Очкольда,  
Международный университет «МИТСО» (Гомель)

## **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ИНФЛЯЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Инфляция – это обесценивание денег, снижение их покупательной способности, дисбаланс спроса и предложения. Чтобы рассчитать инфляцию, к примеру, можно взять минимальный набор продуктов, товаров и услуг, необходимых для жизни человека. Анализи-

ровать цены на них в начале и в конце года, и вычислить, насколько они повысились. Среднее значение повышения цен на социально значимые товары и услуги и считается уровнем инфляции.

При ползучей инфляции, которую еще называют умеренной, цены за год растут не более чем на 10 %. Это считается нормальным, потому что небольшой переизбыток денежной массы увеличивает оборот денег и способствует развитию инвестиций. Обычно умеренная инфляция наблюдается в развитых государствах.

Если годовой рост цен составляет 10–50 %, то это уже галопирующая инфляция.

Гиперинфляция – это неконтролируемый рост цен, достигающий сотен процентов в месяц. Деньги становятся дешевле бумаги, на которой они отпечатаны. Ими можно оклеивать стены вместо обоев, а за товар рассчитываться другим товаром, а не денежными знаками [1].

Государство проводит следующий ряд мероприятий, направленных на снижение уровня инфляции в стране:

1) адаптационную политику – контроль государства за индексацией доходов, контроль роста цен, соглашения профсоюзов с работодателями;

2) активную политику – контроль за денежной эмиссией; борьбу с монополизмом;

3) компромиссную политику – уменьшение государственных расходов, сокращение социальных программ, увеличение количества безработных [2].

В 2015 году Беларусь занимала 13-е место по уровню инфляции в мире. Вместе с этим, инфляция в годовом исчислении составила 11,48 %, за январь 2015 года составила 2,36 %, уровень инфляции в декабре 2015 года составил 1,20 %.

Инфляция за январь 2016 года составила 1,9 %. Индекс цен на товары и услуги в январе 2016 года по сравнению с декабрем 2015 года вырос на 1,9 %. Базовый индекс потребительских цен, исключая изменение цен на отдельные товары и услуги, подверженные влиянию факторов административного и сезонного характера, в январе 2016 года по сравнению с декабрем 2015 года вырос на 1,5 %. В январе текущего года по сравнению с декабрем прошлого цены на продовольственные товары выросли в среднем на 1,5 %, непродовольственные товары – на 1,2 %, услуги – на 4 %. Инфляцию к концу 2016 года в Беларуси планируется снизить по сравнению с декабрем 2015 года до 12 %.

Снижения уровня инфляции можно добиться путем регулирования кредитов, цен и заработной платы. Таким образом регулируется денежная масса, сводится к минимуму дефицит государственного бюджета. Но опять же, такие административные меры, могут привести к снижению лояльности и довольства населения из-за снижения заработной платы и возможного сокращения рабочих мест.

#### **Список использованных источников**

1. *Красавина, Л. Н.* Инфляция в условиях современного капитализма / Л. Н. Красавина. – М.: Финансы, 2009. – 150 с.
2. *Экономическая теория: учебник / под ред. И. П. Николаевой.* – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 101 с.

## СЕКЦИЯ 2

# ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

*А. В. Александрова*

Научный руководитель – З. И. Кузьменок, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь вступает во второе десятилетие XXI в., призванное обеспечить переход на инновационный путь устойчивого социально-экономического развития страны. Этот переход предстоит осуществлять в сложнейших условиях, которые определяются нарастанием воздействия общества на природу в использовании минерально-сырьевых и топливно-энергетических ресурсов, запасы которых ограничены, а также увеличением противоречий между экономически развитыми и развивающимися странами мира.

Анализ структуры изменения социально-экономических показателей даёт возможность оценить развитие экономики и наличие благоприятных условий для успешной жизни каждого человека.

Индексы основных социально-экономических показателей за 2011–2014 гг. по Республике Беларусь представлены в таблице 1.

*Таблица 1*

### Индексы основных социально-экономических показателей, в % к предыдущему году

Показатель	2011 г.	2012 г.	Откл., +/-	2013 г.	Откл., +/-	2014 г.	Откл., +/-
Валовый внутренний продукт	105,5	101,7	-3,8	101,0	-0,7	101,6	0,6
Производительность труда по ВВП	105,7	103,5	-2,2	101,7	-1,8	102,2	0,5
Производительность труда по ВДС	107,6	103,3	-4,3	101,4	-1,9	102,6	1,2

Показатель	2011 г.	2012 г.	Откл., +/-	2013 г.	Откл., +/-	2014 г.	Откл., /-
Промышленное производство	109,1	105,8	-3,3	95,1	-10,7	102,0	6,9
Инвестиции в основной капитал	117,9	88,3	-29,6	109,3	21,0	94,2	-15,1
Оборот внешней торговли	142,6	107,1	-35,5	89,6	-17,5	96,3	6,7

*Примечание.* Источник: собственная разработка на основе [1].

Внутренний валовый продукт (ВВП) в анализируемый период подвержен колебаниям. В 2012 г. по отношению к 2011 г. ВВП снизился на 3,8 процентных пункта, в 2013 г. по отношению к 2012 г. – на 0,7 процентных пункта, а в 2014 г. по отношению к 2013 г. увеличился на 0,6 процентных пункта и составил 778 456 трлн руб.

Анализ статистических данных, характеризующих развитие производительности труда в Республике Беларусь за 2011–2014 гг., показал, что производительность труда в сопоставимых ценах имела тенденцию к снижению как в 2012 г. так и в 2013 г. по отношению к предыдущим годам, но уже в 2014 г. возросла на 0,5 процентных пункта по отношению к 2013 г.

Производительность труда по валовой добавленной стоимости (ВДС) также подвержена колебаниям. В 2012–2013 гг. она снизилась по отношению к предыдущим годам на 4,3 процентных пункта и 1,9 процентных пункта соответственно. В 2014 г. произошел рост производительности труда по ВДС на 1,2 процентных пункта.

Объем промышленного производства также увеличился только в 2014 г. на 6,9 процентных пункта, однако не достиг уровня 2011 г.

Инвестиции в основной капитал имели рост только в 2013 г. по отношению к 2012 г. на 21,0 процентный пункт, однако в 2014 г. их объем сократился по отношению к 2013 г. на 15,1 процентный пункт и составил 225,659 млрд руб.

Социально ориентированная экономика Республики Беларусь развивается и постоянно меняется, можно сделать вывод, что происходит постепенное совершенствование и развитие во всех сферах деятельности, а это определяет значительное улучшение уровня жизни населения.

## Список использованных источников

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь / редкол. И. В. Медведева [и др.] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2015.

*А. А. Анюховский*

Научный руководитель – доктор экономических наук профессор, академик НАН Беларуси В. Г. Гусаков, РНУП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси» (Минск)

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ

В соответствии с прогнозами GIA, к 2017 году за счет появления продуктов с новыми вкусами и новыми ингредиентами, расширения ассортимента брендов, усиления рекламы и новых креативных разработок мировой кондитерский рынок достигнет стоимости 208,5 млрд долларов. Рост ожидается в основном за счет развивающихся регионов – Китая, Мексики, Индонезии и Восточной Европы.

Сектор кондитерской продукции, включающей сахаристые изделия, шоколад, орехи и фрукты в шоколаде, вафли, демонстрирует интенсивную динамику роста, укрупняясь с каждым днем. Производители постоянно совершенствуют технологии производства, контроль качества, тестирование и разработку продукции, в попытке компенсировать последствия жесткой конкуренции в сочетании с необходимостью расширения присутствия на рынке [3]. Для использования выгодных возможностей от освоения новых торговых площадок, некоторые компании перешагнули местные границы и создали крупные международные корпорации, которые в настоящее время занимают основную долю мирового рынка кондитерских изделий [2].

В настоящее время на долю 10 крупнейших компаний приходится около 55 % мирового рынка кондитерских изделий. Первое место ТОП-100 2015 года занимает компания Mars, продажи которой выросли до 18,48 млрд долл., количество работников составляет 35 тыс. человек, количество фабрик – 70. Второе место заняла компания Mondelez International, продажи которой составили 14,35 млрд долл., на 171 заводе компании работают 100 тыс. человек. Компания Ferrero, занявшая в 2015 году третье место рейтинга (продажи –

10,911 млрд долларов, количество фабрик – 20, персонал – почти 25 тыс.), отодвинула на четвертое место швейцарскую корпорацию Nestle [1]. Данные компании и другие известные производители кондитерских изделий применяют агрессивное вторжение на развивающиеся рынки для извлечения максимальной прибыли из высоких темпов их роста.

В настоящее время Европа представляет собой крупнейший региональный рынок кондитерских изделий, в особенности шоколада и жевательной резинки. Два других крупнейших кондитерских рынка – США и Азиатско-Тихоокеанского региона – отстают от европейского. По прогнозам Азиатско-Тихоокеанский кондитерский рынок будет расти быстрее американского и к 2017 году покажет среднегодовой темп роста в 7,1 %. Он является крупнейшей торговой площадкой для шоколадных кондитерских изделий. Шоколад в плитках, батончики и шоколадные конфеты пользуются большой популярностью у местных потребителей.

Таким образом, рынок кондитерских изделий будет развиваться за счет инновационных продуктов, мощных маркетинговых кампаний и принципиально новых схем представления и выкладки продукции в торговой сети. К новым функциональным кондитерским изделиям будет отнесена натуральная продукция с низким содержанием жиров, сахаристые сладости, обогащенные витаминами и продукты без сахара. Развивающиеся страны будут демонстрировать более впечатляющий рост, чем промышленно развитые государства. Транснациональные корпорации будут укрупняться в стремлении сократить конкуренцию со стороны местных участников рынка.

#### **Список использованных источников**

1. Мировой рейтинг кондитерских компаний Candy Industry Global Top-100 – 2015 [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://candynet.ru/news/id/6657>. – Дата доступа: 01.03.2016.
2. The social selling era [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://business.linkedin.com/sales-solutions?u=0> – 2016. – Дата доступа: 01.03.2016.
3. Разработки группы по кондитерской отрасли отдела технологий кондитерской и масложировой продукции [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: [new.belproduct.com/o-centre/issledovaniya-i-razrabotki/konditerskaya-otrasl.html](http://new.belproduct.com/o-centre/issledovaniya-i-razrabotki/konditerskaya-otrasl.html). – Дата доступа: 29.02.2016.

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В настоящее время развитие малого и среднего бизнеса оказывает существенное влияние на экономический рост и является фактором, характеризующим переход к инновационному пути развития.

Переход к рыночной экономике – это переход к экономике предпринимательского типа. Создание условий для развития предпринимательства является важнейшей составляющей трансформационных изменений переходной экономики.

Анализ численности малого и среднего предпринимательства представлен в таблице 1.

*Таблица 1*

### **Количество субъектов малого предпринимательства в Республике Беларусь, единиц**

<b>Субъекты МСП</b>	<b>2012 г.</b>	<b>2013 г.</b>	<b>Отклонение</b>	<b>Темп роста, %</b>	<b>2014 г.</b>	<b>Отклонение</b>	<b>Темп роста, %</b>
Средние организации	2542	2423	-119	95,31	2416	-7	99,71
Малые организации	11762	11831	69	100,59	12424	593	105,01
Микро-организации	85682	96858	11176	113,04	99368	2510	102,59
Индивидуальные предприниматели	232851	248546	15695	106,74	248952	406	100,16

*Примечание.* Источник: собственная разработка на основе [1].

Из таблицы видно, что лидирующие позиции по количеству субъектов занимают индивидуальные предприниматели, число которых в 2014 г. увеличилось на 406 единиц. Проведенный анализ показал, что продолжается увеличение численности малых и микроорганизаций, однако темпы роста значительно снизились. Количество средних организаций продолжает сокращаться: в 2013 г. по

сравнению с 2012 г. количество средних организаций сократилось на 119 единиц, в 2014 г. по сравнению с 2013 г. уменьшение составило всего лишь 7 единиц.

Анализ вклада малого и среднего предпринимательства в развитие экономики показал следующие результаты. За период с 2012 г. до 2014 г. доля малого бизнеса в объеме внутреннего валового продукта снизилась на 1,8 процентных пункта и составила в 2014 г. 25,3 %. Доля занятых в малом и среднем предпринимательстве сократилась с 28,4 % в 2013 г. (1237,9 тыс. чел.) до 28 % в 2014 г. (1200,6 тыс. чел.). Удельный вес малого и среднего бизнеса в объеме промышленного производства вырос на 13,4 % в 2014 г. (106,9 трлн руб) по сравнению с 2013 г. (94,3 трлн руб), а в объеме производства продукции сферы услуг по сравнению с 2013 г. доля увеличилась на 14,1 % и в 2014 г. составила 322,8 трлн руб. Также увеличилась доля малых и средних предприятий в экспорте товаров и услуг, которая на конец 2014 г. составила 41,5 %. Темп роста уровня экспорта составил 111,3 % по отношению к 2013 г. Инвестиции в основной капитал на конец 2014 г. составили 42,3 %, и по сравнению с 2013 г. увеличились на 3,4 % и составили 95,5 трлн руб.

С учетом проведенного анализа можно выделить следующие основные проблемы развития малого и среднего предпринимательства:

- недостаточная финансовая поддержка;
- налоговое законодательство все еще остается противоречивым и сложным;
- необходимость выполнения предпринимателями обязательных процедур;
- административные барьеры.

В процессе разрешения данных проблем будет происходить дальнейшее развитие предпринимательского сектора, что самым благоприятным образом скажется на развитии экономики Республики Беларусь в целом.

#### **Список использованных источников**

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: статист. сб. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь / редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2015.

## **КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ**

Современный этап развития рыночных отношений в мире характеризуется значительным ужесточением конкуренции, превращением ее в гиперконкуренцию.

Повышение конкурентоспособности национальной экономики Республики Беларусь является сегодня главной комплексной задачей, от которой зависит результат работы всей хозяйственной системы страны.

В современных рыночных условиях Республика Беларусь – страна с открытой экономикой, обладающая рядом конкурентных преимуществ: выгодное географическое положение; развитая система транспортных коммуникаций и производственная инфраструктура; значительные водные, земельные, лесные ресурсы, наличие ряда важных полезных ископаемых; промышленный комплекс и мощная строительная база; относительно развитый научно-технический и инновационный потенциал; высокий образовательный и профессиональный уровень кадров; многосторонние, многовекторные внешнеэкономические связи; наличие предпосылок для международного кооперирования; концентрация производственных ресурсов; высокий уровень комплектности формирования территорий.

В рейтинге развития человеческого потенциала за 2014 г. Беларусь занимает 53-е место из 187 стран мира. Беларусь входит в группу стран с высоким уровнем человеческого развития и опережает все государства-члены СНГ [1].

В Индексе процветания стран мира Института Legatum (The Legatum Prosperity Index), который ежегодно составляется британским аналитическим центром Legatum Institute, Республика Беларусь заняла 63-е место из 142-х возможных. Самой процветающей страной мира признана Норвегия. Россия заняла в этом рейтинге 58-е место, а Украина – 70-е [1].

В Индексе развития информационно-коммуникационных технологий в странах мира Республика Беларусь расположилась на 36-ом месте (годом ранее – 48-е место). По данным исследования Международного союза электросвязи (International Telecommunication

Union) Республика Беларусь относится к группе наиболее динамичных стран, в которых за последний год отмечено повышение рейтинга, превышающее средние показатели [1].

Согласно результатам исследования «Ведение бизнеса – 2016» Беларусь выглядит более привлекательно на фоне стран-партнеров по Таможенному союзу и ЕЭП: в указанном исследовании Россия занимает 51-е место, Казахстан – 41-е место. Республика Беларусь заняла 43-е место среди охваченных данным исследованием 189-ти государств. Ранее по отчету «Ведение бизнеса – 2015», опубликованному в октябре прошлого года, наша страна занимала 57-е место.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Республика Беларусь постепенно улучшает свои международные конкурентные позиции. Органами государственного управления Республики Беларусь подготовлен план действий по улучшению факторов, влияющих на повышение конкурентоспособности белорусской экономики. Такими факторами являются: промышленная политика; национальное законодательство; степень внешнеполитической независимости и безопасности; внутренняя политика и социальная стабильность; реформа налогообложения; ставка на техноёмкие, ресурсосберегающие технологии; сертификация продукции.

Завоевание подобного места в мировой экономике в современных условиях необходимо для обеспечения устойчивого развития страны, роста благосостояния ее граждан, расширения взаимовыгодного сотрудничества в мире.

#### **Список использованных источников:**

1. Рейтинги стран и регионов [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – Режим доступа: <http://www.gtmarket.ru/research/countries-ranking>. – Дата доступа: 17.01.16.

*Я. И. Глушакова*

Научный руководитель – кандидат сельскохозяйственных наук  
С. А. Коваленко, Международный университет «МИТСО» (Гомель)

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Системный, структурный кризис, начавшийся в 2015 году, не пессимизм – это прагматизм и реализм. Оценки основаны на сло-

жившихся макроэкономических тенденциях, финансовом состоянии коммерческих организаций, объеме долговых обязательств, состоянии внешних рынков, а также мнениях бизнесменов с богатым опытом преодоления кризисных явлений.

Глубина проблем измеряется разными способами. Основной макроэкономический показатель ВВП в 2015 году составил Br869,7 трлн при прогнозных значениях от Минэкономики на 2015 год в пределах Br849,2–853,4 трлн (Постановление № 8 от 23.01.15). Физический объем ВВП снизился на 3,9 % в сопоставимых ценах относительно 2014 года [1]. В 2014 г. ВВП в долларовом выражении составил \$76,2 млрд или \$8020 на душу населения. По среднегодовому курсу доллара за 2015 г. Br15865/\$1 долларовый ВВП Беларуси составил около \$54,9 млрд или \$5740 на душу населения. Таким образом, ВВП Беларуси в 2015 г. сократился примерно на \$21,3 млрд. По прогнозам аналитиков скорость деструктивных процессов в 2016 году грозит увеличиться [2].

Далее оценим состояние предприятий республики. На 1 января 2015 г. складские запасы составляли Br32,68 трлн, или 75,8 %, к среднемесячному объему производства [3]. На 1 декабря 2015 г. – Br35,6 трлн (73,4 %). За январь – октябрь 2015 г. по сравнению с аналогичным периодом 2014 г. чистая прибыль сократилась на 19,9 %, количество убыточных организаций выросло на 46,9 % (1559 единиц), а сумма чистого убытка увеличилась в 2,4 раза до Br24,64 трлн. Потери от простоя машин, оборудования и прочей техники, от замороженных в объекты недвижимости инвестиций оцениваются в миллиарды долларов.

В 2015 году все крупные госпредприятия получили те или иные формы господдержки (Постановление Совмина № 1115 от 30.12.2015 г. – увеличение доли государства в ОАО «Гомельстекло» на сумму Br145 млрд, республиканскому объединению «Белагросервис» на Br135,3 млрд для закупки техники и поддержки АПК). В 2016 году рыночная конъюнктура не сулит этим организациям ничего хорошего. Их единственная надежда – государство. Поскольку денег в бюджете будет меньше, то давление на Нацбанк, с одной стороны, и на коммерческие банки с другой – будет расти. Открытие здоровых источников получения денег (прямые иностранные инвестиции) в 2016 году маловероятно.

2016-й год будет временем серьезных вызовов и рисков для бизнеса и домашних хозяйств. За редким исключением сотни-другой

номенклатурных фаворитов нас ждет испытание дефицитом финансовых ресурсов, источников дохода, неплатежами, возросшей налоговой и регуляторной нагрузкой.

#### **Список использованных источников**

1. ВВП Беларуси в 2015-ом году сократился в долларах на 27 % [Электронный ресурс] / Myfin.by. – Режим доступа: <http://myfin.by/stati/view/5728-vvp-belarusi-v-2015om-godu-sokratilsya-v-dollarah-na-27>. – Дата доступа: 22.01.2016.

2. Что будет в 2016 году. Три сценария развития экономики Беларуси. [Электронный ресурс] / Myfin.by. – Режим доступа: <http://myfin.by/stati/view/5674-cto-budet-v-2016-godu-tri-scenariya-razvitiya-ekonomiki-belarusi>. – Дата доступа: 06.01.2016.

3. С начала года складские запасы выросли на 4 трлн рублей на фоне сокращения объемов производства [Электронный ресурс] / БелаПАН. Белорусские новости. – Режим доступа: <http://belapan.by/archive/>. – Дата доступа: 22.02.2016.

*В. Н. Голуб*

Научный руководитель – доктор экономических наук  
профессор Е. М. Карпенко, БГУ (Минск)

## **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ ЖИЗНИ**

С конца XIX в. по настоящее время наблюдается тенденция роста ожидаемой продолжительности жизни населения при рождении. По данным Мирового банка за последние 50 лет среднемировая продолжительность жизни при рождении увеличилась с 56 лет до 71,2 лет в основном за счёт развитых стран. Однако остаётся огромный разрыв (35 лет) в продолжительности жизни между разными странами: Свазиленд – 48,9 лет, Гонконг – 83,8 года [1]. Очевидно, что в странах с разным уровнем экономического развития на продолжительность жизни населения влияют разные социально-экономические проблемы и для увеличения продолжительности жизни необходимо воздействовать на разные социально-экономические проблемы.

Была произведена оценка по 62 странам за 1995–2013 гг. влияния на продолжительность жизни следующих факторов: экономических (ВВП на душу населения (GDP), доля расходов на НИОКР в ВВП (RD)); санитарно-гигиенических (доля населения, имеющего

доступ к улучшенным источникам воды (Water)); экологических (выбросы CO<sub>2</sub> (Air)); социальных (коэффициент охвата населения высшим образованием (Edu), доля расходов на здравоохранение в ВВП (Health)). Эндогенная переменная – ожидаемая продолжительность жизни при рождении (Life). При проведении регрессионного анализа данных была получена следующая модель:

$$\text{Life} = 21,97 + 4,17 * \log(\text{GDP}) + 0,17 * \text{Health} + 0,53 * \text{RD} + 0,12 * \text{Water} + 0,003 * \text{Edu} - 0,22 * \text{Air} \quad (1)$$

(t) (20,86)      (25,07)      (3,95)      (4,26)      (10,04)      (0,6)      (-12,19)

Коэффициент детерминации составил 81 %, т. е. модель адекватна. Edu оказался незначим, так как проблематично построить адекватную усреднённую регрессию для всех стран. Поэтому выборка была разбита на группы следующим образом:

- Страны с низким уровнем дохода (\$0 – \$10000): Конго, Эфиопия, Мозамбик, Армения, Молдова, Грузия, Филиппины, Украина, Перу и др.;

- Страны со средним уровнем дохода (\$10001 – \$30000): Россия, Черногория, Сербия, Польша, Турция, Эстония, Чехия, Португалия и др.;

- Страны с высоким уровнем дохода (\$30001 – \$100000): Исландия, Франция, Япония, Канада, Швеция, США, Германия, Австрия, Норвегия и др.

Для каждой группы была построена регрессия. Для оценки чистого влияния отобранных факторов GDP был исключён из дальнейшего анализа. Итоги регрессионного анализа разных групп стран представлены в таблице 2.

Таблица 2

### Регрессионный анализ по уровню доходов в стране

Группа	Низкий уровень доходов	Средний уровень доходов	Высокий уровень доходов
Регрессия	Life=46,27-0,47*Air+ (t) (38) (-6,55) 0,25*Water+0,07*Edu (14,9) (4,44)	Life=66,92+1,56*RD- (t) (115) (8,66) -0,11*Air+0,99*Health (-3,64) (12,44)	Life=6,81-0,14*Air+ (t) (0,81) (-10) 0,73* Water+0,46*RD (8,6) (4,84)
R <sup>2</sup>	0,56	0,41	0,48
Кол-во наблюдений	341	400	331

Выводы: 1. В странах с низким уровнем доходов необходимо сокращать загрязнение воздуха.

2. В странах со средним уровнем дохода важны расходы на НИОКР.

3. В странах с высоким уровнем доходов необходимо повышать качество воды.

Таким образом, делаем вывод, что на разных ступенях своего развития государство должно менять свою политику с целью эффективного воздействия на продолжительность жизни населения.

#### **Список использованных источников**

1. World DataBank // World Bank Group. – Режим доступа: <http://databank.worldbank.org/>. – Дата доступа: 22.02.2016.

*Е. С. Емельянова*

Научный руководитель – кандидат сельскохозяйственных наук С. А. Коваленко, Международный университет «МИТСО» (Гомель)

## **ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ В ОТНОШЕНИИ РОССИИ НА ЭКОНОМИКУ ЕС**

Первый пакет санкций был введен в действие после того, как Россия признала итоги общекрымского референдума, поддержала одностороннее провозглашение независимости Республики Крым и приняла ее предложение о вхождении в состав России. Последующее усиление санкций было связано с обострением ситуации на востоке Украины. Организаторы санкций обвинили Россию в действиях, направленных на подрыв территориальной целостности Украины, в частности, в поставке оружия пророссийским повстанцам. Следующий пакет санкций был связан с катастрофой Boeing 777 в Донецкой области 17 июля 2014 года, причиной которой, по мнению руководства ряда государств, стали действия повстанцев, поддерживаемых Россией.

В ответ на присоединение Крыма к России Европейский союз, США, Канада и ряд других стран объявили о введении санкций. Меры включают замораживание активов и введение визовых ограничений для лиц, включенных в специальные списки, а также запрет компаниям стран, наложивших санкции, поддерживать деловые отношения с лицами и организациями, включенными в списки. Президент США Барак Обама 2 марта 2016 г. продлил на один год действие санкций в отношении России, введенных в марте 2014 года в связи с событиями на востоке Украины [1].

Россия является вторым по величине рынком сбыта продовольствия ЕС. Объем экспорта сельхозпродуктов и сырья в Россию составил в 2013 году 12,2 млрд евро. В ответ на санкции, введенные ЕС весной 2014 г. в отношении РФ, Россия ввела полный запрет на поставки продукции из стран Евросоюза, США, Австралии, Канады и Норвегии. Ограничение касается говядины, свинины, мяса птицы, рыбы, сыров, молока и плодоовощной продукции. По данным комиссии ООН, до 2014 г. почти 40 % импортных продуктов на российском рынке приходилось на товары из ЕС. В июне 2015 года в ответ на продление санкций Россия продлила продуктовое эмбарго на год – до 5 августа 2016 года. Европейский союз создал специальную группу для снижения потерь от введенных Россией внешнеторговых ограничений. В первую очередь несут потери от введенного Россией продовольственного эмбарго Польша, Литва, Нидерланды, Германия. Санкции России вызвали резкое падение цен на продукты питания в странах ЕС.

Альянс ведущих европейских газет «Lena» (Leading European Newspaper Alliance) в который входят такие газеты, как La Repubblica (Италия), Die Welt (Германия), El Pais (Испания), Le Figaro (Франция), Le Soir (Бельгия), Tages-Anzeiger и Tribune de Genève (Швейцария) попросил Австрийский институт исследований WIFO (Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung) рассчитать, как санкции против России влияют на страны ЕС [2].

Итоги исследования, опубликованные La Repubblica, говорят о том, что если ЕС не найдет новых рынков сбыта для своей продукции, Европа потеряет 2 млн рабочих мест и 100 млрд евро в экспорте. Согласно оценкам WIFO, кризис в отношениях с Россией может стоить в плане производительности только для Германии более одного пункта ВВП. Далее следует Италия с потерей более чем 200 тыс. рабочих мест и падением производительности на 0,9 %. Во Франции рабочие места потеряют 150 тыс. человек и снижение производительности составит 0,5 %.

#### **Список использованных источников**

1. Обама решил напоследок продлить антироссийские санкции [Электронный ресурс] / МТРК «Мир». – Режим доступа: <http://mir24.tv/news/world/14002099>. – Дата доступа: 03.03.2016.

2. Санкции против России будут стоить Европе два миллиона рабочих мест [Электронный ресурс] / «Русская весна». – Режим доступа: <http://rusvesna.su/news/1434988121>. – Дата доступа: 22.06.2015.

## **ЛЕСНЫЕ И ВОДНЫЕ РЕСУРСЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Природные ресурсы являются первоисточником и исходной основой развития человеческой цивилизации. Человек может получать необходимые для своего существования ресурсы только из природной среды. В зависимости от умения рационально использовать природные ресурсы, можно судить о налаженной системе работы промышленного комплекса государства.

К природным ресурсам относятся природные объекты и явления (тела и силы природы), используемые для прямого и непрямого потребления, способствующие созданию материальных богатств, воспроизводству трудовых ресурсов, поддержанию условий существования человека и повышению качества жизни людей.

Все природные ресурсы подразделяются на три группы:

- 1) невозобновимые ресурсы (полезные ископаемые);
- 2) возобновимые (растительные ресурсы, наземные животные, водные организмы, генетические ресурсы и поверхностные воды);
- 3) условно возобновимые (ресурсы почв, иногда отождествляемые с земельными ресурсами, ресурсы подземных вод).

В Республике Беларусь леса являются одним из основных возобновляемых природных ресурсов и важнейших национальных богатств. По ряду ключевых показателей, характеризующих лесной фонд, Беларусь входит в первую десятку лесных государств Европы.

Общая площадь земель лесного фонда 1994 г. увеличилась к 2015 г. с 8676,1 тыс. га до 9499,5 тыс. га. Прирост составил 823,4 тыс. га. Среднее ежегодное увеличение площади покрытых лесом земель составило 31,6 тыс. га. Средний запас насаждений за этот период увеличился со 199 до 209 м<sup>3</sup> /га. Изменение площади покрытых лесом земель в основном обусловлено хозяйственной деятельностью лесохозяйственных учреждений, ведущих лесное хозяйство, естественными процессами роста лесов и влиянием природно-климатических факторов.

Под водными объектами Республики Беларусь занято 462,5 тыс. га, что составляет 2,3 % всей территории. Ресурсы пресных подземных вод составляют 15900 млн м<sup>3</sup> в год, прогнозные – 18100 млн м<sup>3</sup>

в год. Распределение водных ресурсов по территории страны весьма неравномерно, что обусловлено характером рельефа, мощностью зоны аэрации, литологическим составом покровных и водовмещающих пород.

Для охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов государство ежегодно выделяет средства (рис. 1).



**Рис. 1. Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов в Республике Беларусь**

Основная цель в области сохранения природно-ресурсного потенциала страны состоит в повышении эффективности использования и охраны ресурсов, улучшении их качества по мере потребностей общества и возможным изменениям климата.

#### **Список использованных источников**

1. Состояние окружающей среды Республики Беларусь: нац. доклад / Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь, РУП «Бел НИЦ «Экология». – Минск: Бел НИЦ «Экология», 2015. – 102 с.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2015. Национальный статистический комитет Республики Беларусь / редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2015. – 524 с.

*Д. Н. Комаров*

Научный руководитель – Н. А. Теплякова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ИНВЕСТИЦИИ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ**

Указом Президента Республики Беларусь от 23 февраля 2016 г. № 78 «О мерах по повышению эффективности социально-экономи-

ческого комплекса Республики Беларусь» установлены системные меры, направленные на обеспечение экономической безопасности, социальной стабильности и формирование дополнительных условий для возобновления устойчивого экономического роста, а именно: рационального импортозамещения; привлечения иностранного капитала в развитие и создание производств; снижения себестоимости продукции, диверсификации экспорта; развития добросовестной конкуренции на внутреннем рынке, создания не менее 50 тысяч рабочих мест.

За январь–ноябрь 2015 года объем привлечения инвестиций в основной капитал субъектами хозяйствования г. Бобруйска за счет всех источников финансирования составил 1775,2 млрд руб. или 61,1 % в сопоставимых условиях к 2014 году. Удельный вес в общем объеме инвестиций на приобретение машин, оборудования, транспортных средств (без работ по монтажу оборудования) составил 50,8 %.

Объем привлеченных прямых иностранных инвестиций за январь–декабрь 2015 г. составил около 13 млн долл. США, в том числе на чистой основе – 11,3 млн долл. США, что составляет соответственно 65 % и 141,2 % к прогнозному годовому плану. По состоянию на 01.01.2016 года завершена реализация 13 инвестиционных проектов, на реализацию которых направлено 212,5 млрд руб., что на 60 % превышает первоначально заявленный по данным проектам объем инвестиций. В стадии выполнения находится еще 9 договоров, на реализацию которых направлено 663,3 млрд рублей.

В соответствии с планом модернизации организаций г. Бобруйска на 2013–2015 гг. планировалось инвестировать в реализацию мероприятий по техническому перевооружению действующих производств, созданию новых высокопроизводительных рабочих мест 2951,8 млрд рублей. Фактически объем финансирования мероприятий по модернизации организаций города за этот период составил 2595,5 млрд рублей (87,9%). В рамках Программы модернизации организаций города в 2013–2015 гг. реализованы следующие важнейшие инвестиционные проекты: ОАО «Белшина»: «Техническое перевооружение завода КГШ»; «Завод массовых шин. Освоение производства легковых шин с посадочным диаметром до 20 дюймов»; ОАО «Управляющая компания холдинга «Бобруйскагромаш»: «Создание дополнительных мощностей производства под выпуск новой сельскохозяйственной техники для заготовки кормов и внесения удобрений на базе энергонасыщенных тракторов и самоходных

шасси»; ОАО «Бобруйский завод биотехнологий»: «Модернизация действующего производства, увеличение мощности биогаза. Пуск мини-ТЭЦ»; ОАО «Бобруйский мясокомбинат»: «Строительство мясожирового цеха» и др.

За счет освоения инвестиций в модернизацию производств по состоянию на 01.01.2016 г. объем отгруженной продукции в целом по городу составил 12029,1 млрд рублей (100,4% от произведенной), в том числе отгруженной инновационной продукции – 1041,9 млрд руб. (8,7 % в общем объеме отгруженной). Произведено импортозамещающей продукции на сумму 69,7 млн долл. США, получено положительное сальдо внешней торговли товарами в сумме 132,6 млн долл. США; снижение затрат на производство продукции (работ, услуг) составило 30498,4 млн рублей (152,4 % к плановому заданию), создано 7201 рабочее мест.

#### **Список использованных источников**

1. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь.
2. Отчетные материалы Бобруйского горисполкома «Об итогах социально-экономического развития г. Бобруйска» за 2015 год.

*А. Н. Кушнер*

Научный руководитель – Н. А. Теплякова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Работа субъектов хозяйствования в рыночных условиях и развивающихся в экономике негативных процессов требует осуществления новой финансовой политики, усиления ее воздействия на ускорение социально-экономического развития республики, роста эффективности производства, укрепления финансового состояния организаций сферы материального производства, как главного источника формирования финансовых ресурсов самого предприятия, так и государства. Важная роль в этом принадлежит прибыли, основному источнику финансирования мероприятий по научно-техническому и социальному развитию предприятий.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь число убыточных организаций в стране за 2015 г. по

сравнению с 2014 г. возросло с 1128 до 1625 единиц или на 44,1 % (20,6 % от общего количества организаций). Наибольший удельный вес убыточных организаций в сферах рыболовства и рыбоводства (45 %), промышленности (30,2 %), сельском хозяйстве (24,6 %), торговле (22,4 %), а также среди гостиниц и ресторанов (20,2 %). Чистый убыток убыточных предприятий за 2015 г. достиг 42,8 триллиона рублей и вырос по сравнению с 2014 г. в 2,2 раза. На одну убыточную организацию по итогам 2015 года приходится 26,34 млрд бел. руб., что в 1,5 раза больше, чем в 2014 году. В разрезе областей наибольшее количество убыточных предприятий имеется в Витебской (30,4 %) и Минской (25,2 %) областях. Согласно финансовым результатам работы за 2015 год деятельность 60 % организаций Беларуси была признана нерентабельной или низкорентабельной. На складах предприятий Республики Беларусь зависла продукция на сумму около 35 триллионов рублей. По итогам работы за январь–ноябрь 2015 года в экономике г. Бобруйска получен чистый убыток в сумме 374,7 млрд руб., в том числе в промышленности чистый убыток составил 301,4 млрд рублей (80,4 %). В разрезе отраслей народного хозяйства чистый убыток допустили 27 организаций города (22,3 % от общего количества), в том числе: промышленность – 12 организаций, строительство – 7 организаций, транспорт – 1; торговля – 3; прочие – 4. В разрезе подчиненности чистый убыток сложился: республиканская собственность – 9 организаций; без ведомственной подчиненности – 10 организаций; коммунальная собственность – 8 организаций. Основными причинами неудовлетворительной производственно-хозяйственной деятельности предприятий являются: резкое падение выручки от реализации продукции (товаров, работ, услуг) в результате снижения объемов производства промышленной продукции, роста цен на тепло-, электроэнергию, сырье; снижение стоимостного экспорта товаров; увеличение просроченной дебиторской задолженности; превышение нормативов по запасам готовой продукции; низкая рентабельность продаж; снижение объемов привлечения и освоения инвестиций в основной капитал и др.

В целях повышения эффективности функционирования экономики страны Указом Президента Республики Беларусь от 23.02.2016 г. № 78 «О мерах по повышению эффективности социально-экономического комплекса Республики Беларусь» установлены основные задачи: обеспечение прибыльной работы государственных предприятий при надлежащем качестве управления их активами и сниже-

нии себестоимости продукции не менее чем на 25 %; сокращение просроченной внешней дебиторской задолженности в 2016 г. на сумму, не менее 100,0 млн долл. США; рост привлечения иностранных инвестиций в создание и модернизацию производств; увеличение экспорта и его диверсификация; рациональное импортозамещение.

#### **Список использованных источников**

1. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь.
2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь.
3. Отчетные материалы Бобруйского горисполкома «Об итогах социально-экономического развития г. Бобруйска» за 2015 год.

*М. О. Матусенко, А. В. Черепова*

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент  
С. В. Шишло, БГТУ (Минск)

## **ЭВОЛЮЦИЯ ПРОЦЕДУР ЗАКУПОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Закупочная логистика – это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами [2].

Эволюция закупок:

- Пассивная функция. Закупки не имеют стратегической направленности и реагируют на потребности других подразделений организации. Большая доля времени – на фиксированные рутинные операции; выбор поставщиков базируется на цене и доступности.

- Независимая функция. Закупки использует современные методы и процедуры, однако его стратегическая направленность независима от корпоративной стратегии компании. Закупочная деятельность базируется на сокращении затрат и усилении дисциплины поставок; координационные связи установлены между закупками и техническими подразделениями; топ-менеджмент осознает важность профессионального развития и возможности вклада подразделения закупок в увеличение прибыльности бизнеса компании.

- Поддерживающая функция. Закупки поддерживает корпоративную стратегию компании за счет методов управления закупками и продуктов, которые усиливают конкурентную позицию фирмы. Персонал подразделения закупок включается в команды управления

продажами; поставщики рассматриваются как ресурс с акцентом на опыт, мотивацию и взаимоотношения; рынки, продукты и поставщики постоянно отслеживаются и анализируются.

- Интегративная функция. Стратегия закупок интегрирована в корпоративную стратегию фирмы и составляет часть общего стратегического плана компании [1].

Проанализировав характеристики фаз развития закупочной логистики, мы пришли к выводу, что Республика Беларусь ещё не достигла второй фазы, о чём свидетельствует зависимость закупок от производства. Не установлены связи между закупками и техническими подразделениями. Топ-менеджмент не всегда осознаёт значимость развития профессиональных навыков и возможность вклада процесса закупок в увеличение прибыли. Стратегической направленности нет, нужно только реагировать на запросы других подразделений. Назначение снабжения: выполнять заявки, осуществлять отгрузки, работать со счетами. Нет возможности добавить нечто специфически ценное для организации, поскольку менеджер по поставкам полностью загружен решением проблем снабжения [3].

Логистические закупки требуют значительных финансовых вкладов, а выход на вторую фазу способствовал бы сокращению издержек, связанных с процессом закупок. Для этого необходимо устанавливать связи между закупками и производственными усилиями, использовать современные методы выбора поставщиков. Главы предприятий должны стремиться увеличить прибыльность за счёт сокращения издержек, связанных с закупками. Снабжение уверенно поддерживает паритет своей компании в конкурентной борьбе. На этой стадии снабжение обретает «профессиональность», хотя основным требованием к деятельности в этой области остается эффективность [3].

Благодаря достижению второй фазы, экономический климат страны улучшится, за счёт уменьшения издержек белорусская продукция станет конкурентоспособной не только на внутреннем рынке страны, но и за её пределами.

#### **Список использованных источников**

1. Управление закупками и работа с поставщиками [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://mylektsii.ru/6-147449.html>. – Дата доступа: 01.03.2016 г.

2. Образовательный портал Magref / Закупочная логистика [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://magref.ru/zakupochnaya-logistika/>. – Дата доступа: 01.03.2016г.

3. Стратегическое управление цепочками поставок / П. Кузинс [и др.]. – М., 2010.

*Е. Н. Новикова*

Научный руководитель – Н. П. Винницкая, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Экономика Республики Беларусь достаточно открыта и ориентирована на внешние рынки. Следует упомянуть, что до 50 % товаров производят на экспорт, но и импорт занимает достаточно важное место. Значительное количество белорусских предприятий стремятся расширить свое влияние на рынки других стран, в том числе и с развитой экономикой, так как численность населения, объем внутреннего спроса явно недостаточны для потребления значительных объемов продукции машиностроения, металлообработки, нефтехимической промышленности, агропромышленного комплекса [1]. В связи с этим актуальным представляется анализ влияния внутренних факторов на развитие экспортного потенциала и конкурентоспособность предприятий.

В Республике Беларусь созданы законодательная база и институциональная основа функционирования системы поддержки экспорта. основополагающим является Указ Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г. № 534 «О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг)». Согласно белорусскому законодательству, экспортный кредит может выдать любой банк и соответственно получить от государства компенсацию потерь при условии страхования кредита в БРУПЭИС «Белэксимгарант». В настоящее время МИД ведется работа над Национальной программой поддержки и развития экспорта на 2016–2020 годы [2].

Вместе с тем тенденция роста отрицательного сальдо внешней торговли товарами и услугами в последние годы является одной из ключевых проблем в экономике Беларуси, влияющим на состояние платежного баланса, курс национальной валюты и финансовую стабильность на макроуровне, которая, в свою очередь, оказывает влияние на привлечение иностранных инвестиций. Стоит выделить ряд ключевых проблем, требующих решения для обеспечения сбалансированности объемов внешней торговли. В их число входит преобла-

дание материалоемких и энергоемких производств, растущая потребность в импорте промежуточных товаров, высокая степень износа машин и оборудования, недостаточное развитие сферы услуг и высокотехнологического сектора, инфраструктура трансфера технологий из науки в производство, недостаточное развитие механизмов мотивации работников к высокопроизводительному труду, включая инновационные подходы к управлению персоналом, низкая диверсификация внешней торговли, сопряженная с высоким уровнем рисков. Так, основными торговыми партнерами Беларуси в сфере услуг являются ЕС (около половины от объема экспорта) и Россия (четверть экспорта). К числу важнейших экспортных позиций относятся нефтепродукты и нефть, калийные и азотные удобрения, металлопродукция, грузовые автомобили, тракторы, химические волокна.

В сложившихся условиях необходимо рассматривать информационные технологии как один из основных ресурсов развития экспортного потенциала, не требующих значительных капитальных вложений. В центр структурной перестройки экономики необходимо поставить информационно-технологический комплекс, включающий производство программного обеспечения и информационных услуг, а также подготовку кадров.

Таким образом, на данном этапе в стране не были созданы системные условия, которые смогли бы обеспечить максимальную эффективность внешней торговли. Естественно, решение указанных проблем государственной экспортной политики – это затратная часть бюджета. Однако данные затраты на начальном этапе могут принести гораздо большие доходы в будущем.

#### **Список использованных источников**

1. Словарь банковских терминов: экспорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://myfin.by/wiki/term/eksport>. – Дата доступа: 12.03.2016.
2. ООО «ЭлКомИмпорт» /Экспорт и импорт Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://myfin.by/wiki/term/eksport>. – Дата доступа: 12.03.2016.

## **ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Экономический рост является важнейшей характеристикой общественного производства при любых хозяйственных системах.

Экономический рост – в узком смысле: это процесс, который рождается на стадии непосредственного производства, приобретает устойчивый характер на остальных стадиях общественного производства, приводит к количественному и качественному изменению производительных сил, увеличению общественного продукта за определенный период времени и росту народного благосостояния. Экономический рост – в широком смысле: как показатель экономического развития является главной траекторией развития общества.

Основной целью социально-экономического развития Республики Беларусь является рост благосостояния и улучшение условий жизни населения на основе совершенствования социально-экономических отношений, инновационного развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики.

Показателями, с помощью которых измеряется экономический рост, обычно выступают: валовой национальный продукт (ВНП) или валовой внутренний продукт (ВВП). В Республике Беларусь это показатель ВВП.

ВВП как макроэкономический показатель определяется как рыночная стоимость всей произведенной конечной продукции и услуг в экономике за год, где учитывается только объем конечных товаров и услуг, созданных на территории данной страны.

ВВП на душу населения – это валовой внутренний продукт, деленный на среднегодовую численность населения.

Чтобы говорить об экономическом росте или спаде в Республике Беларусь, проследим изменение основных показателей экономического роста за пять лет (таблица 1).

Последние годы в республике наблюдается тенденция к снижению темпов экономического роста. Согласно данным Национального статистического комитета, валовой внутренний продукт Беларуси в 2014 г. составил 778 456 млрд руб. и возрос в сопоставимых ценах по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года на 1,6 %.

Однако необходимо заметить крайне негативную тенденцию к спаду темпов роста ВВП в сопоставимых ценах к предыдущему году. Особо ощутимый спад наблюдался в 2013 г. Снижение реального роста ВВП в 2013–2014 гг. обусловлено действием внешних факторов и снижением внутреннего спроса, а также сокращением инвестиций в основной капитал и ухудшением внешнеэкономической конъюнктуры. Еще одним негативным фактором, влияющим на темпы экономического развития в республике, является недостаточная экспортная конкурентоспособность отечественной продукции. Темпы роста ВВП на душу населения, который составил 82163,1 тыс. руб., в 2014 г. также имеют тенденцию к снижению.

*Таблица 1*

**Динамика показателей экономического роста в Беларуси**

<b>Показатель</b>	<b>2010 г.</b>	<b>2011 г.</b>	<b>2012 г.</b>	<b>2013 г.</b>	<b>2014 г.</b>
Валовой внутренний продукт, млрд руб.	164476	297158	530356	649111	778456
Темпы роста ВВП, в процентах к 2010 г.	-	105,5	107,3	108,4	110,1
Темпы роста ВВП, в процентах к предыдущему году	107,7	105,5	107,7	101,0	101,6
Валовой внутренний продукт на душу населения, тыс. руб.	17303,5	31368,3	56036,3	68572,9	82163,1

*Примечание.* Источник: собственная разработка на основе [1].

Таким образом, можно отметить, что за исследуемый период темпы экономического роста снижаются, что приводит к снижению благосостояния населения в республике.

**Список использованных источников**

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь / редкол.: И. В. Медведева [и др.] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2015.

О. В. Саланович  
 Научный руководитель – Т. Г. Авдеева, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «УКХ «БОБРУЙСКАГРОМАШ»)

Инвестиции необходимы как для модернизации основных фондов с целью внедрения новейших технологий, так и для пополнения оборотных средств хозяйствующих субъектов. ОАО «УКХ «Бобруйскагромаш»» является хозяйствующим субъектом, для которого эффективное развитие не мыслимо без инвестиций.

Динамический анализ показателей структуры – одно из важнейших средств изучения закономерностей развития экономических явлений во времени [1].

В таблице 1 представлен анализ инвестиций ОАО «УКХ «Бобруйскагромаш»» по источникам финансирования за 2012 и 2014 гг.

*Таблица 1*

### Удельный вес производства тракторов и сельскохозяйственной техники на базе сельского хозяйства за 2012 и 2014 гг., %

Показатель	Удельный вес инвестиций в основной капитал по источникам финансирования, % к итогу		$d_0^2$	$d_1^2$	$ d_0 - d_1 $	$(d_1 - d_0)^2$
	2012 г.,	2014 г.,				
	$d_0$	$d_1$				
Собственные средства организации	49,45	77,21	2445,03	5961,99	27,77	770,99
Кредиты банка	37,00	0,00	1368,66	0,00	37,00	1368,66
Прочие источники финансирования	13,56	22,79	183,80	519,21	9,23	85,17
Итого:	100,00	100,00	3997,49	6481,19	73,99	2224,82

*Примечание.* Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Среднее линейное отклонение ( $l$ ) составило

$$l = \frac{73,99}{3} = 24,66\%.$$

Среднее квадратическое отклонение ( $\delta$ )

$$\delta = \sqrt{\frac{2224,82}{3}} = 27,23\%.$$

Интегральный коэффициент структурных различий К. Гатева ( $K_{стр}$ )

$$K_{стр} = \sqrt{\frac{2224,82}{6481,19 + 3997,49}} = 0,46.$$

Если  $K_{стр} = 0$ , то это означает полную идентичность сравниваемых структур, а если  $K_{стр} = 1$ , то это означает максимально возможные различия в структуре сравниваемых совокупностей. Изменения за рассматриваемый период оцениваются как значительные, т. к. интегральный коэффициент структурных различий К. Гатева, характеризующий их существенность, равен 0,46.

Индекс структурных различий А. Салаи

$$I_{с1} = \sqrt{\frac{\left[\left(\frac{27,76}{126,66}\right)^2 + \left(\frac{-37}{37}\right)^2 + \left(\frac{9,43}{36,15}\right)^2\right]}{3}} = 0,35.$$

Индекс А. Салаи также подтвердил изменения на 0,35 в инвестициях ОАО «УКХ «Бобруйскагромаш» по источникам финансирования за 2012 и 2014 гг. Исходя из вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что снизился до нуля удельный вес кредитов и займов в 2014 г. по сравнению с 2012 г., а также возросла доля собственных средств организации как источника финансирования на 27,76 п.п.

По-прежнему в период с 2012 г. по 2014 г. в деятельности ОАО «УКХ «Бобруйскагромаш» расходы, направленные на инвестиционную деятельность, превышают доходы. Так в 2013 г. расходы составили 6 727 млн руб. при уровне доходов в 3 050 млн руб., а в 2014 г. затраты на инвестиционную деятельность составили 12 960 млн руб. при уровне доходов в 123 млн руб.

Следует отметить, что инвестиционная деятельность ОАО «УКХ “Бобруйскагромаш”» направлена на вложение инвестиций в основные средства организации.

#### **Список использованных источников**

1. *Перестнева, Н. П.* Критерии классификации показателей структурных развития и сдвигов / Н. П. Перестнева // *Fundamental research.* – 2012. – № 3 – С. 478–482.

*В. А. Сапунов*

Научный руководитель – Л. В. Батурина, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

На современном этапе глобализации мировых хозяйственных процессов, растущего насыщения международных рынков товарами и услугами в условиях обостряющихся проблем ограниченности ресурсов особое значение для национально-экономических систем приобретает решение проблем, связанных с формированием эффективных механизмов управления развитием инновационной деятельности.

Анализ динамики основных показателей эффективности инновационной деятельности Республики Беларусь за 2005–2014 гг. показал, что 2005–2012 гг. характеризовались устойчивой тенденцией роста количества инновационно активных организаций, однако с 2013 г. их число начало сокращаться и составило 457 организаций в 2014 г. (что меньше показателя 2012 г. на 14 % единицы). В численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, за рассматриваемый период также наблюдается устойчивая динамика к снижению (27 208 человек в 2014 г., что на 1 729 человека меньше, чем в 2013 г., и на 2 507 человек меньше, чем в 2010 г.). Вместе с тем отмечается тенденция к снижению количества работников высшей квалификации: в 2014 г. число кандидатов наук по сравнению с 2010 г. уменьшилось на 8,8 %, докторов наук – на 10,1 %.

Что касается финансовых показателей, внутренние затраты на научные исследования и разработки в 2014 г. составили 4073,1 млрд руб. По сравнению с 2013 годом снижение составило 6,8 %. Научеёмкость ВВП в 2014 г. составила 0,52 %, что ниже показателя 2013 г. на 0,15 %.

Внутренние затраты на научные исследования и разработки ежегодно увеличиваются, однако по отношению к ВВП данный показатель длительное время оставался на уровне 0,6–0,7 %, а в 2014 г. снизился до 0,52 %.

Основным источником финансирования инновационной деятельности были и остаются средства бюджета (в 2014 г. доля внутренних затрат на НИР из средств бюджета составила 48,0 % в общем объеме финансирования).

Оценка факторов, препятствующих развитию инновационной деятельности в организациях промышленности в 2014 г., показала, что наиболее значимыми преградами на пути развития инновационной деятельности являются: недостаток собственных денежных средств; недостаток поддержки со стороны государства; низкий платежеспособный спрос на новые продукты; высокая стоимость нововведений; высокий экономический риск; длительные сроки окупаемости нововведений.

Таким образом, главными направлениями активизации инновационной деятельности в Республике Беларусь должны стать:

- внедрение новых и высоких технологий, обладающих наибольшей добавленной стоимостью, низкой энерго- и материалоемкостью;
- формирование необходимой законодательно-правовой базы, стимулирующей развитие инновационных процессов;
- привлечение иностранных инвестиций в развитие инновационной сферы;
- совершенствование системы финансирования научно-технической и инновационной деятельности;
- оптимизация налоговой системы, развитие системы прямого и косвенного налогового стимулирования деятельности.

Таким образом, развитие инновационно ориентированной национальной экономики требует конкретизации общегосударственных принципов, направлений и задач на макро- и микроуровне, а также на каждом предприятии и на уровне структурных и функциональных его подразделений.

#### **Список использованных источников**

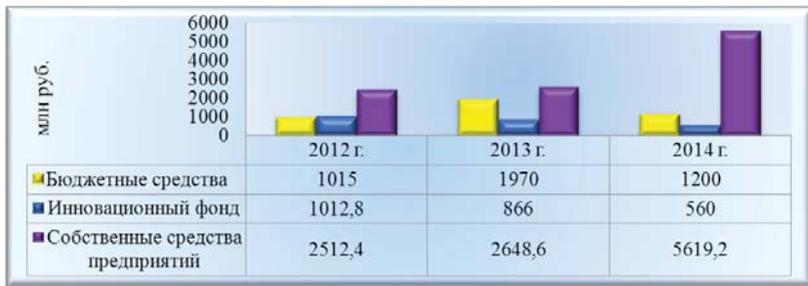
1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015.
2. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг.
3. Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь, 2015.

## ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НА ПРИМЕРЕ ОАО «УКХ «БОБРУЙСКАГРОМАШ»»

Инновационная деятельность является необходимым условием для реализации инновационного потенциала предприятия. В настоящее время эффективность инновационной деятельности определяется наличием организованной системы инвестирования, кредитования и налогообложения.

С целью сохранения позиций предприятия на внутренних и внешних рынках ОАО «УКХ «Бобруйскагромаш»» планирует на основе тенденций мирового сельскохозяйственного машиностроения и актуальных задач, стоящих перед сельскохозяйственным производством, вести комплексную разработку и серийное освоение производства новой техники по целым агротехническим направлениям.

Проанализируем объем затрат на проведение исследований и разработок на примере ОАО «УКХ «Бобруйскагромаш»», которое выпускает сельскохозяйственную технику. Данные для анализа представлены на рисунке 1.



**Рис. 1. Объем затрат на проведение исследований и разработок в ОАО «УКХ «Бобруйскагромаш»» за 2012–2014 гг., млн руб.**

*Примечание.* Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

За период 2012–2014 гг. наибольший объем затрат на научные исследования и разработки в размере 7379,2 млн руб. приходится на 2014 г., что на 1894,6 млн руб. больше, чем в 2013 г. В 2014 г. по

отношению к 2013 г. на 2970, 6 млн руб. увеличился объем собственных средств предприятий на исследования и разработки и составил 5619, 2 млн руб. Темп роста средств, выделяемых из бюджета, в 2014 г. составил 60,9 %. Стоит отметить, что объем средств на научные исследования и разработки, выделяемых из инновационного фонда, в 2014 г. значительно снизился по отношению к 2013 г. и составил 560 млн руб.

За период 2012–2014 гг. происходит уменьшение удельного веса отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции. В 2014 г. удельный вес отгруженной инновационной продукции составил 26 %, что на 6 п. п. меньше, чем в 2013 г.

В 2016 г. в ОАО «УКХ «Бобруйскагромаш»» предусматривается завершить работы по созданию и освоению производства новых видов машин, среди которых можно выделить следующие: косилка дисковая фронтальная КДФ-310; измельчитель рулонов грубых кормов ИГК-5 М с функцией нижнего подстила на фермах; пресс-подборщик рулонный ПРИ-150, предназначенный для подбора валков травы с измельчением её и обвязкой рулонов сеткой; обмотчик рулонов с самозагрузкой ОРС-2; пресс-подборщик ППЛ-1 для уборки льнотресты с гидроприводом рабочих органов; грабли колесно-пальцевыми ГК-630.

Освоение указанных машин позволит ОАО «УКХ «Бобруйскагромаш»» удовлетворить не только потребности сельскохозяйственных производителей Республики Беларусь, но и обеспечить наращивание объемов экспорта.

Для совершенствования инновационной деятельности предприятию необходимо периодически проводить аттестацию продуктов, технологий и рабочих мест, анализировать рынок, каналы распределения, а также проводить всестороннюю оценку деятельности предприятия.

*А. А. Шевчук*

Научный руководитель – Т. Г. Авдеева, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОАО «БОБРУЙСКСЕЛЬМАШ»**

Проблема эффективности занимает одно из центральных мест среди всех проблем, стоящих перед обществом. Проблема эффективнос-

ти – это всегда проблема выбора. Выбор касается того, что производить, какие виды продукции, каким способом, как их распределить и какой объем ресурсов использовать для текущего и будущего потребления.

АО «Бобруйсксельмаш» специализируется на выпуске машин для кормопроизводства, включающих косилку навесную сегментно-пальцевую, косилку двухбрусную сегментно-пальцевую, комплекса машин для обработки почвы, полуприцепов тракторных специальных и универсальных, погрузчиков навесных, комбинированных почвообрабатывающих – посевных агрегатов, а также машин для лесного хозяйства.

Главным направлением предприятия в последние годы стало освоение новой техники, позволяющей обеспечить внедрение интенсивных технологий в сельскохозяйственном производстве. Это дает возможность предприятию постоянно наращивать объемы производства и экспортные поставки. На протяжении последних лет отмечается рост загрузки производственных мощностей.

Основные направления специализации:

1. Производство почвообрабатывающих машин (культиваторов), применяемых по стерне зерновых и зернобобовых культур.
2. Комбинированные почвообрабатывающие посевные агрегаты с пассивными рабочими органами и шириной захвата до 6,0 метров.

*Таблица 1*

**Анализ темпов роста товарной продукции  
в фактических ценах ОАО «Бобруйсксельмаш»**

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Товарная продукция в фактических ценах, %	104,0	107,8	91,2	45,0
Уровень рентабельности реализованной, %	21,4	31,9	2,6	10,8

*Примечание.* Собственная разработка на основе [1].

Темп роста товарной продукция в фактических ценах ОАО «Бобруйсксельмаш» в 2012 году снизился на 3,8 %, в 2013 году уменьшился на 16,6 %, а в 2014 году стал меньше на 46,2 %. Снижение темпов роста товарной продукции в фактических ценах ОАО «Бобруйсксельмаш» при стабильном функционировании предприятия свидетельствует об ухудшении финансового состояния организации.

Уровень рентабельности в 2011 году составил 21,4 %, в 2012 г. он вырос на 10,5 %, что говорит об увеличении доходности предпри-

ятия, в 2013 г. доходы ОАО «Бобруксельмаш» упали на 29,3 %, а в 2014 г., по сравнению с предыдущим годом увеличились на 8,2 %.

Нужно отметить, что главной целью ОАО «Бобруйксельмаш» является получение прибыли. Предприятие должно стремиться налаживать свою работу наиболее эффективно, увеличивая тем самым производительность труда, а значит и финансовый результат своей деятельности.

#### **Список использованных источников**

1 Официальный сайт открытого акционерного общества «Бобруйксельмаш» <http://bobruiskagromach.com/>.

*Ю. В. Ясонова*

Научный руководитель – кандидат сельскохозяйственных наук  
доцент В. С. Печень, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ОСОБЕННОСТИ СБЫТА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Этапы организации сбытовой политики включают деятельность по планированию и разработке стратегий, обеспечивающих реализацию всей произведенной продукции предприятия.

Так как сбытовая политика связана со спросом на целевом рынке и собственными возможностями предприятия в организации распределения и продвижения произведенной продукции, она должна максимально полно удовлетворять потребностям и запросам целевой аудитории и одновременно учитывать фактор конкуренции в области сбыта, так как на практике сбытовая политика конкурентов может быть более эффективной.

В таблице 1 приведены данные по изменению объемов продаж ООО «Завод тканых и сварных сеток» на различных сегментах рынка.

Из таблицы 1 видно, что внутренний рынок Республики Беларусь в 2012 году преобладает, однако начиная с 2013 года, хоть и незначительно, но преобладает экспорт, и это является более важной составной частью реализованной продукции. Из таблицы видно, что основным рынком для предприятия является рынок Российской Федерации.

В 2013 году наблюдается тенденция к снижению поставок в Российскую Федерацию, однако в 2014 году поставки возобновляются практически на том же уровне.

**Рынок сбыта продукции  
ООО «Завод тканых и сварных сеток» в 2012–2014 гг.**

Страна	2012 г.		2013 г.		2014 г.	
	млн руб.	%	млн руб.	%	млн руб.	%
Республика Беларусь	9 605	56,0	17 572	49,0	36 840	48,0
Россия	3 770	22,0	6 178	17,0	14 665	20,0
Украина	2 262	13,0	5 270	15,0	8 860	12,0
Страны Балтии (Латвия, Литва)	1 508	9,0	5 086	14,0	3 850	5,0
Казахстан	-	-	1 636	5,0	11 173	15,0

*Примечание.* Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Объем экспорта в страны Балтии в 2014 году падает за счет выхода на новый рынок сбыта – Казахстан.

Как видно из таблицы 1, в 2013 г. предприятие выходит на рынок Казахстана. Это обусловлено необходимостью компенсацией потерь продаж на старых рынках, ввиду открывшихся рынков, что связано со вступлением Беларуси в Таможенный союз.

Анализируя предыдущие годы, можно сказать, что в структуре экспорта незаметно изменяется доля белорусского и российского рынков. Однако доля Украины и стран Балтии имеет изменения за счет выхода на рынок Казахстана, где продукция предприятия оказалась востребована, и в 2014 году экспорт в Казахстан достиг больших результатов по отношению к экспорту в Украину и стран Балтии.

Отдел сбыта курирует всех заказчиков из ближнего зарубежья, а также заказы как на внутренний, так и на внешний рынки. Для стимулирования сбыта предприятие применяет для постоянных клиентов систему скидок (до 3 %).

Стратегия товара ООО «Завод тканых и сварных сеток» направлена на максимально возможное вытеснение продукции конкурентов на рынках в странах дальнего и ближнего зарубежья за счет высокого качества продукции и конкурентоспособных цен.

В итоге значительную роль в завоевании рынка играет качество производимой продукции и придание ей современного дизайна, а также имидж предприятия.

## СЕКЦИЯ 3

---

---

# ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ МАРКЕТИНГА И БУХУЧЕТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*И. С. Абрамович*

Научный руководитель – доктор экономических наук  
профессор Е. М. Карпенко, БГУ (Минск)

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВЛИЯНИЯ ЭКЗОГЕННЫХ ФАКТОРОВ НА ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В современных условиях, когда конкуренция на рынке очень высока, предприятия постоянно вынуждены искать пути удержания своих позиций на рынке. Специалисты в области маркетинга уверены, что приверженность потребителей является ключевым фактором успеха. Именно наличие благоприятного отношения потребителей к предприятию или бренду, т. е. лояльности, представляет собой основу стабильного объема продаж, и, следовательно, ведет к повышению прибыли предприятия.

Целью работы является определение влияния внутренних и внешних факторов на уровень лояльности потребителей джинсовой одежды Lee, Wrangler и Levi`s в Республике Беларусь.

Автором работы предполагается, что наиболее значимыми факторами в формировании дохода от постоянных клиентов фирмы является уровень денежного дохода населения, количество оборотных средств фирмы и расходы предприятия на рекламную деятельность.

В ходе исследования применялись методы сбора фактов, экспертных оценок, анализа и синтеза, эконометрического моделирования, осуществляемого при помощи эконометрического пакета Econometric Views 9.

Выборка состоит из внешних факторов: денежные доходы населения ( $x_1$ ), численность экономически активного населения, потребительские расходы домашних хозяйств, общая налоговая нагрузка ( $x_2$ ), доля импорта в структуре непродовольственных товаров, количество непродовольственных магазинов ( $x_6$ ), индекс инфляции ( $x_5$ ),

средняя температура воздуха в стране; и внутренних: среднее число сделок продавцов за год ( $x_3$ ), количество оборотных средств фирмы, расходы предприятия на рекламную деятельность ( $x_4$ ).

Стоит отметить, что в качестве показателя уровня лояльности потребителей было взято значение дохода предприятия, которое обеспечивается постоянными клиентами ( $Y$ ).

Промежуточные результаты показали, что регрессия обладает нормальным распределением остатков, автокорреляция и гетероскедастичность в модели отсутствуют, что обеспечивает состоятельность и эффективность оценок коэффициентов регрессии. Поэтому статистические выводы о качестве полученных оценок можно считать адекватными.

Из одиннадцати факторов незначимыми оказались семь, поскольку их значение превышает пятипроцентный уровень значимости. В группу значимых факторов вошли: индекс инфляции, число непродовольственных магазинов, расходы на рекламную деятельность, налоговая нагрузка. Среди незначимых факторов в модель вошли: денежные доходы населения и среднее число сделок продавцов за год, так как среди остальных данные факторы были наиболее близки к десятипроцентному уровню значимости.

На основании проведенных исследований получилось следующее уравнение регрессии:

$$Y = - 49896,06 + 5,25E-0,5 \times x_1 + 128,2743 \times x_2 + 87,27955 \times x_3 - 863,4227 \times x_4 + 120,9562 \times x_5 + 3,076841 \times x_6.$$

Таким образом, гипотеза автора о влиянии на лояльность потребителей такого фактора, как расходы на рекламную деятельность, подтвердилась. Также лояльность потребителей является важным показателем эффективности работы предприятия. В целях максимизации прибыли предприятиям стоит обращать внимание не только на ценовые показатели, но и на эмоциональную привязку клиентов, которая обеспечивается посредством программ лояльности.

#### **Список использованных источников**

1. Национальный интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 1998. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 28.02.2016.

## **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ ПОТОКАМИ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Одной из особенностей логистической системы является взаимодействие различных видов потоков, таких как информационные, материальные, финансовые и т. д. Особое место в логистической системе предприятия принадлежит финансовым потокам.

Финансовый поток в логистике понимается как направленное движение финансовых средств, циркулирующих внутри логистической системы, между ней и внешней средой, необходимых для обеспечения эффективного движения определенного материального потока [1, с. 20].

Наиболее сложным процессом в логистической системе любого предприятия является эффективное управление его потоками финансовых средств. Отсутствие эффективного управления финансовыми потоками ведет к снижению платежеспособности, финансовой устойчивости, ликвидности, прибыльности и положительной динамики развития хозяйствующего субъекта.

Под управлением финансовыми потоками в логистике понимается оптимизация финансового механизма логистической системы, координирование финансовых операций, обеспечение их упорядоченности и сбалансированности [2, с. 109].

Выделяют следующие способы повышения эффективности управления финансовыми потоками в логистической системе предприятия:

1. Обеспечение поступления финансовых средств путем продажи или аренды долгосрочных активов.

В отличие от продажи, аренда обеспечивает постоянное поступление финансовых средств.

2. Рационализация ассортимента товаров.

Сокращение ассортимента товаров позволит сосредоточить усилия предприятия на более устойчивых сегментах рынка.

3. Дополнительная эмиссия акций.

Данный способ наиболее актуален, когда объем дефицита денежных средств предприятия сопоставим с размерами его собственного капитала.

4. Эффективное управление избыточными остатками денежных средств.

Данный способ применяется при наличии временно свободных денежных средств. Дополнительный доход можно получить в виде процентов, используя банковские депозиты и облигации, а также путем оптимизации условий расчетов с поставщиками.

5. Планирование налогообложения.

Экономия на налогах с помощью использования законных методов налоговой оптимизации способна принести дополнительный приток финансовых средств в организацию.

6. Покупка основных средств в лизинг.

Приобретение основных средств в лизинг ускоряет введение новых производственных мощностей в эксплуатацию, позволяет экономить на налоговых платежах и привлекать дополнительные заемные ресурсы.

Таким образом, эффективное управление финансовыми потоками в логистической системе предприятия способствует дополнительному притоку финансовых средств, что позволит ему стабильно функционировать как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах.

#### **Список использованных источников**

1. Дрожжин, А. И. Логистика: учебный курс / А. И. Дрожжин. – М.: МИЭМП, 2010. – 150 с.

2. Логистика: учеб. пособие для вузов / В. И. Сергеев [и др.]; под общ. ред. проф. В. И. Сергеева. – М.: Эксмо, 2008. – 944 с.

*А. С. Артюшевская, Е. В. Гашко*

Научный руководитель – И. И. Станкевич, БГАТУ (Минск)

## **РЫНОК МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА**

В последнее время свою эффективность показала мобильная реклама. В байнете даже существуют сайты, где число мобильных интернет-пользователей больше, чем десктопных. Например, это ресурсы probusiness.by, rebenok.by, second.by. Уже сейчас больше половины белорусских интернет-пользователей заходят в интернет со стационарных компьютеров только в рабочие дни. А время использования

мобильного интернета достигло 98 минут в день, и это всего на 25 % меньше, чем время, которое люди проводят в сети с настольных ПК. Статистика показывает, что при явном падении трафика с десктопов, мобильный трафик уверенно растёт.

Несмотря на то, что доля десктопов составляет 87 %, эта цифра будет с каждым годом сокращаться. В России высказывают предположение, что рынок мобильной рекламы с 2015 по 2018 год будет расти на 33 % в год.

В Беларуси самая маленькая доля мобильных бюджетов в медийной интернет-рекламе среди стран-соседей – всего 3 %. В России она составляет 19 %. Для сравнения, в США на мобильную рекламу тратят 52 % бюджетов интернет-рекламы. Достаточно высокой остаётся аудитория 15–24 лет, она составляет 22 %; 68 % аудитории – люди в возрасте 25–44 года. При этом женщин среди мобильной аудитории больше, чем мужчин.

Основными направлениями рекламного механизма, позволяющего выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей (таргетингами) в мобильной рекламе являются: демография, география, образование, день рождения, занятость, доход, статус, ретаргетинг, интересы, сеть, устройство, производитель, ОС, телезрители. Ключевыми форматами в медийной мобильной рекламе являются: баннер, нативный формат, текст-графический блок (ТГБ), видеобаннер и fullscreen.

Самыми популярными форматами мобильной рекламы в 2015 году являлись нативная реклама и видео. Баннеры – наиболее часто используемый мобильный формат на сегодняшний день. Однако результаты исследования Trusted Media Brands показали, что многие рекламные агентства и их клиенты намерены переключиться на другие форматы в 2016 году. Рост рынка мобильной рекламы в первую очередь, зависит от активности мобильных операторов – от развития технологий и их доступности для белорусских пользователей.

Соответственно, прогнозы связаны с внешними факторами. Во-первых, росту рынка мобильной рекламы существенно будет способствовать снижение тарифов на мобильный интернет, который на данный момент отнюдь не дешев. Во-вторых, доступность устройств с большой диагональю. И безусловный стимулирующий фактор развития мобайла – это создание, внедрение и продвижение удобных мобильных версий со стороны интернет-площадок.

С каждым годом мы наблюдаем рост проникновения мобильного интернета в Беларуси, все больше людей используют мобильные устройства ежедневно. А развитие мобильных версий площадок и разработка приложений становится дополнительным драйвером развития мобильного интернета в недалеком будущем. Белорусские рекламодатели высоко оценивают потенциал сегмента, но им не хватает аудиторных данных общепризнанных измерителей, что во многом является сдерживающим фактором. На данный момент мобильная реклама в Беларуси все еще остается недооцененным каналом коммуникации со стороны рекламодателей. Тем не менее, шаги в этом направлении делаются, и многие рекламодатели разворачиваются в сторону мобайла, разрабатывают приложения и запускают мобильные версии своих сайтов, готовы использовать новые возможности этого медиаканала и привлекать дополнительную «мобильную аудиторию».

*Е. В. Байдак*

Научный руководитель – С. Н. Дроздова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ОСОБЕННОСТИ АГРОМАРКЕТИНГА**

Агромаркетинг – это изучение и прогнозирование среды, создающей условия для развития производства и реализации сельскохозяйственной продукции, с целью максимального удовлетворения платежеспособного спроса на рынке.

Он имеет свои отличительные особенности в сравнении с промышленным, коммерческим, банковским и другими видами маркетинга. Это определяется особенностями сельского хозяйства:

- природными условиями производства, урожайностью и интенсивностью использования сельскохозяйственных земель;
- значимостью производимого товара, что предъявляет особые требования к его производству, хранению и транспортировке;
- несовпадением времени производства продукции и ее потребления;
- сезонным характером производства;
- многообразием форм собственности в системе АПК, что предъявляет особые требования к методам маркетинговых исследований;
- наличием различных организационных форм хозяйствования (колхозы, совхозы, фермерские хозяйства и др.);

- продолжительностью цикла производства и потребления сельскохозяйственной продукции;
- более высокой чувствительностью, восприимчивостью и самоуправляемостью агромаркетинга по сравнению с другими системами;
- сравнительно невысоким уровнем научных разработок в сфере маркетинговой деятельности. Маркетинговые службы в АПК не получили должного развития вследствие отсутствия достаточного опыта работы на маркетинговой основе [1, с. 60].

Особенно значимое влияние на эффективность деятельности предприятия агропромышленного сектора «Общество с ограниченной ответственностью “ВЕОМ”» оказывают погодные условия. Так если в 2014 г. из собранных 1627 тонн овощей было реализовано 1407 тонн на сумму 4399 млн руб., то в 2015 г. из собранных 1358 тонн овощей было реализовано 1267 тонн на сумму 5610 млн руб. Объем реализации овощей в натуральном выражении в 2015 г. составил 90 % по сравнению с уровнем 2014 г., что напрямую связано со сложившимися погодными условиями: осадков в 2015 г. выпало 112 мм, что практически в пять раз меньше по сравнению с 2014 г., в котором осадков выпало 573 мм; средняя температура воздуха за весенний сезон в 2015 г. уменьшилась на 1,2 °С по сравнению с 2014 г.; средняя по стране температура воздуха за летний сезон 2015 г. составила +18,5 °С, что на 0,2 °С больше 2014 г.; средняя температура воздуха осеннего сезона составила +7,8 °С, что на один градус больше 2014 г. [2].

В сельскохозяйственных и агропромышленных формированиях маркетинговая деятельность может быть эффективной при условии, если ею занимаются все работники аппарата управления, а содействуют ей все работники сферы производства.

Маркетинговая поддержка сельскохозяйственной отрасли распространяется на производство и продвижение товаров. Причем на современном этапе вопросы продвижения продукции на рынки представляются более значимыми, поскольку производству всегда уделялось существенное внимание, в отличие от вопросов реализации продукции.

#### **Список использованных источников**

1. *Нагапетьянца, Н. А.* Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие / Н. А. Нагапетьянца. – М., 2007. – 272 с.
2. Республиканский гидрометеоцентр Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2016. – Режим доступа: <http://pogoda.by/press-release/allrel.html?from=14&page=474>. – Дата доступа: 1.02.2016.

*В. О. Бессарабов*

Научный руководитель – доктор экономических наук

С. Н. Петренко, ГО ВПО «ДонНУЭТ  
имени М. Туган-Барановского» (Донецк)

## **К ВОПРОСУ О ЛОГИКЕ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ОТРАЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ И ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ**

В современных рыночных условиях финансовая отчетность не в состоянии полностью удовлетворить информационные потребности стейкхолдеров, поэтому эффективным инструментом информирования заинтересованных пользователей о результатах социально ответственной деятельности является социальная отчетность.

Исследованию отдельных вопросов бухгалтерского учёта социальной ответственной деятельности посвящены работы таких ученых, как Н. Андерсона, И. Акимова, И. Жиглей, В. Карагода, М. Пушкаря и др. Тем не менее, отсутствие в законодательстве категории «затраты на социальную ответственность», отдельных счетов для их учета, перечня таких затрат, – обуславливает актуальность исследования теоретических и прикладных аспектов бухгалтерского учета в части учета затрат на социальную ответственность и порядка отражения информации в отчетности (социальной и финансовой).

Целью работы является определение логики социально ориентированного бухгалтерского учета и последовательности отражения информации в финансовой и социальной отчетности.

Анализ алгоритмической модели компании определения принадлежности хозяйственной операции к социально ответственной деятельности с целью ее учетной отображения, которая представлена в [1, с. 172], позволяет утверждать, что операции, которые составляют социально ответственную деятельность, присущие каждому из видов деятельности компании. Объектами социально ориентированного бухгалтерского учета являются, прежде всего, расходы, связанные с социальной активностью компании (проведение социальных мероприятий).

Для учета затрат на социальную ответственность нами предлагается два варианта использования аналитических счетов, для накопления таких затрат: первый вариант предусматривает использование от-

дельного счета затрат на социально ответственную деятельность; второй – открытие аналитических счетов в разрезе каждого вида затрат.

Выбор использования предложенных вариантов аналитических счетов должен осуществляться с учетом специфики деятельности субъекта хозяйствования, а также организационной структуры. Использование первого или второго варианта аналитических счетов должно зависеть от вида осуществляемой деятельности (если предприятие занимается торговой деятельностью целесообразно использовать первый вариант, и наоборот, производственному предприятию – второй).

Таким образом, логика социально ориентированного бухгалтерского учета и последовательность отражения информации в финансовой и социальной отчетности, подчеркивает необходимость использования аналитических счетов для накопления информации о затратах на социальную ответственность. Взаимодействие аналитических счетов в операциях учета затрат на социальную ответственность позволит повысить детализацию учетной информации, усилить контроль над динамикой затрат, предоставить достоверную и объективную информацию о состоянии и результатах финансирования социальных программ и мероприятий.

#### **Список использованных источников**

1. Жиглей, И. В. Социально ответственная деятельность: понятие, составляющие и предпосылки отражение в системе бухгалтерского учета / И. В. Жиглей // Проблемы теории и методологии бухгалтерского учета, контроля и анализа. – 2012. – № 3 (24). – С. 170–181.
2. Левицкая, С. А. Социальный учет: методический подход и организационное обеспечение / С. А. Левицкая // Вестник Национального университета «Львовская политехника». Менеджмент и предпринимательство в Украине: этапы становления и проблемы развития. – 2014. – № 797. – С. 255–262.

*В. И. Бухтинова, Н. Г. Гарбузова*  
Научный руководитель – Е. А. Дербинская, БГТУ (Минск)

## **«ЗЕЛЕНЫЙ» МАРКЕТИНГ И ЕГО ОБРАТНАЯ СТОРОНА**

«Зелёный» маркетинг – это маркетинг товаров, основная особенность которых в том, что они не вредят или вредят, но минимально,

окружающей природной среде, то есть такая система мероприятий, которая увеличивает популярность экотоваров или услуг и побуждает людей заботиться об экологии путём приобретения такого рода товаров.

Очевидным преимуществом применения «зеленого» маркетинга является то, что потенциальные потребители будут рассматривать продукт или услугу как наиболее полезное, что является одним из ключевых факторов при покупке. Использование «зеленого» маркетинга растет по всему миру, довольно быстрыми темпами.

За последние десять лет много компаний пыталось выпустить на рынок «зеленые» товары, однако многих постигла неудача. Трудности, с которыми столкнулись участники этого движения:

- недоверие. Об экологической безопасности своих товаров заявляли так много компаний, что покупатель просто перестал им доверять.

- поведение потребителей. Результаты проведенных исследований засвидетельствовали, что подавляющее большинство потребителей не готово платить повышенные цены за экологически безопасные товары.

- плохое воплощение идеи на практике. Пытаясь любой ценой приобщиться к успешным участникам движения «зеленый маркетинг», многие компании не смогли должным образом воплотить в жизнь свои маркетинговые программы. Товары не отвечали требованиям экологической безопасности, их цены часто были завышенными, и они не имели соответствующей рекламы.

Обратная сторона «зелёного маркетинга» – гринвошинг.

Гринвошинг – форма экологического маркетинга, в которой обширно применяется «зелёный» пиар и методы, цель которых – ввести потребителя в заблуждение относительно целей организации или производителя в экологичности продукции или услуги, представить их в благоприятном свете. Гринвошинг используется для поддержания имиджа экологически ориентированной компании, получения политической поддержки, увеличения продаж.

Выделяют семь нарушений, которые совершают компании, пытающиеся представить свой продукт как экопродукт, когда на самом деле он таким не является:

- ложные утверждения, благодаря чему утверждаемое имеет двоякий смысл;
- позиционирование плюсов, умалчивание о минусах;
- выделение достоинств, сокрытие недостатков;

- неактуальные утверждения;
- бездоказательные утверждения;
- несуществующие маркировки;
- слишком общие утверждения.

Таким образом, можно сделать вывод, что, возникнув из социального маркетинга, «зелёный маркетинг» активно развивается, его инструменты используют всё большее число компаний и сферы его применения постоянно расширяются, причём наступление происходит, как правило, с рынков развитых стран в сторону развивающихся стран (в том числе и Беларуси). Это можно объяснить использованием «зелёным маркетингом» неценовых инструментов (похожих на инструменты традиционного маркетинга), поскольку экологически чистые продукты и технологии значительно дороже обычных. «Зелёный маркетинг» – весьма неоднозначное явление. При контроле государства и некоммерческих организаций над компаниями, «зелёный маркетинг» имеет большие перспективы развития.

*Е. В. Вежновец*

Научный руководитель – Т. А. Куликова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ДВА МЕТОДА ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЕТА О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ**

Денежные средства являются одним из наиболее ограниченных ресурсов. Поэтому успех любого бизнеса во многом определяется способностью генерировать денежные потоки, их рационально использовать и эффективно управлять ими. Они необходимы предприятию для выплаты заработной платы, покупки сырья, материалов, основных средств, уплаты налогов, обслуживания долга, выплаты дивидендов и т. д.

Важнейшим инструментом управления денежными потоками фирмы является отчет о движении денежных средств. Он дает возможность пользователю оценить способность активов организации, обеспечивать расширенное воспроизводство денежных средств осуществляя хозяйственную деятельность. И это является одним из важнейших показателей при анализе успешности и стабильности работы компании.

Отчет о движении денежных средств в Республике Беларусь формируется в соответствии с постановлением Минфина Респуб-

ки Беларусь от 31.10.2011 № 111 «Об установлении форм бухгалтерской отчетности», утверждении Инструкции о порядке составления бухгалтерской отчетности». Порядок составления отчета о движении денежных средств по международным стандартам регламентирует МСФО 7 (IAS) «Отчеты о движении денежных средств». При этом как по отечественному законодательству, так и по международным стандартам потоки денежных средств детализируются в разрезе трех ключевых видов деятельности: операционная, инвестиционная и финансовая.

МСФО (IAS) 7 определяет два возможных метода формирования отчета в части отражения денежных потоков от операционной деятельности: прямой и косвенный метод. В Республике Беларусь в соответствии с утвержденной формой отчет о движении денежных средств составляется прямым методом.

По международным стандартам прямой метод является более предпочтительным, так как раскрывает достоверные потоки денежных средств, связанные с основной деятельностью организации, позволяет делать оперативные выводы относительно достаточности средств для платежей по различным текущим обязательствам, устанавливает взаимосвязь между реализацией и денежной выручкой за отчетный период. В других финансовых отчетах эта информация не отражается.

Косвенный метод дает возможность соотнести операционную прибыль с потоками денежных средств, и это позволяет пользователю получить большую информацию для анализа деятельности организации. Также в долгосрочной перспективе с помощью этого метода можно выявить наиболее проблемные «места скопления» замороженных денежных средств и, соответственно, наметить пути выхода из подобной ситуации. Однако при использовании этого метода требуется больше информации о корректировках, которые необходимо произвести для приведения чистой прибыли к потоку денежных средств от операционной деятельности.

Таким образом, использование различных форм и методов построения отчета о денежных потоках позволяет проводить анализ их объемов и структуры в нескольких направлениях. В результате пользователь получает более подробное представление об операционных, инвестиционных и финансовых операциях, проведенных предприятием за рассматриваемый период. Это, в свою очередь, позволяет ему сформировать суждение о сильных и слабых сторонах данного предприятия, его текущих и потенциальных проблемах.

*А. А. Господарева*

Научный руководитель – кандидат экономических наук  
Р. А. Лизакова, УО ГГТУ имени П. О. Сухого (Гомель)

## **РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ SWOT-АНАЛИЗА**

На сегодняшний день важным направлением развития нашей экономики является расширения объема логистических услуг. Железнодорожная сеть занимает в развитии логистики существенное место. Деятельность ЗАО «Гомельский вагоностроительный завод» (далее ВСЗ) также влияет на эффективную работу железнодорожного транспорта. В связи со сложившейся сложной ситуацией в экономике страны рассмотрим на основе SWOT-анализа возможные направления развития данного предприятия (рис. 1). В качестве экспертов выступали ведущие специалисты предприятия, работники железнодорожного транспорта, маркетологи, связанные с анализом рыночной среды. Источниками кабинетных исследований явились внутренняя отчетность предприятия и удаленные ресурсы доступа. Факторы были ранее проранжированы и в таблицу включены только те, которые имеют высший балл. Оценка состояния внутренней среды ВСЗ показала, что предприятие сохранило квалифицированный персонал как инженерно-технических служб, так и, что очень важно, рабочих основного производства. Сложились традиции высокого уровня организации производства. Предприятие является надежным партнером для поставщиков. К сожалению, высокий процент изношенного оборудования и отсутствие средств на его активное обновление являются обстоятельствами, которые не позволяют снижать производственную себестоимость. Оценка внешней среды показала, что предприятие имеет ряд возможностей (постоянный приток квалифицированных кадров, программа развития логистики в стране до 2020 г.), но и угроз (повышение цен на сырье, сокращение объема грузоперевозок). На основе проработки материала нами были предложены некоторые направления развития ВРЗ, представленные на рисунке 1.

	<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
	Высокий уровень квалификации персонала	Наличие изношенного и морально устаревшего оборудования
	Высокий уровень организации производства	Отсутствие стратегических планов развития с учетом многовариантности
	Обновляющийся ассортимент продукции	Использованные резервы снижения производственной себестоимости
	Приемлемое соотношение цены и качества выпускаемой продукции	Не достаточно проработана коммуникационная политика
	Устоявшиеся связи с поставщиками	Уменьшение оборотных средств
<b>Возможности</b>	<p><b>Направления развития с целью возможностей</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Возобновление работы кружков качества.</li> <li>2. Постепенный вывод устаревшего оборудования.</li> <li>3. Проведение усовершенствованной политики продвижения с учетом различных типов клиентов.</li> <li>4. Разработка программы работы с поставщиками на основе выявления доминантных факторов, влияющих на формирование материального баланса, а также системы оценки работы поставщиков.</li> <li>5. Внедрение элементов логистической системы JIT, что позволит снизить потери</li> </ol>	
Появление высококвалифицированных специалистов		
Снижение себестоимости продукции		
Расширение географии продаж за счет развития ЕАЭС		
Завоевание лидирующего положения на рынке		
Развитие новых технологий		
<b>Угрозы</b>	<p><b>Стратегии развития с целью адаптации к угрозам</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выход на новые рынки сбыта с целью расширения экспортных возможностей.</li> <li>2. Проведения сегментации рынка с целью поиска новых потребителей.</li> <li>3. Внедрение концепции маркетинга взаимоотношений, что позволит внедрять «лестницу приверженности» по отношению к клиентам, а также укрепить связи с поставщиками.</li> <li>4. Стать участником Глобального Договора, что подтвердит социальную ответственность предприятия и как следствие, расширит его экспортные возможности.</li> <li>5. Ориентироваться в первую очередь на поставщиков-резидентов Республики Беларусь</li> </ol>	
Снижение объемом грузоперевозок железнодорожным транспортом		
Отток постоянных клиентов к конкурентам		
Отказ поставщиков от сотрудничества		
Повышение поставщиками цен на сырье		
Изменение валютного курса		

Рис. 1. SWOT-анализ на примере  
**ЗАО «Гомельский вагоностроительный завод»**

## **УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ**

Управление ассортиментом в предприятиях розничной торговли различных форм собственности – это основной и один из самых сложных процессов, протекающих в коммерческой деятельности [1, с. 28].

Ассортиментная политика торговой организации – это целенаправленная деятельность в области товарного обеспечения рынка, основанная на долгосрочном планировании и регулировании, направленная на удовлетворение спроса потребителей с учетом оптимизации номенклатуры товаров и обеспечения рентабельности всей деятельности [2].

Процесс формирования ассортимента товаров начинается с определения целей торговой организации. Следующие этапы – это исследовательская работа, в процессе которой происходит сбор информации о внешней и внутренней маркетинговой среде, о рынках, поставщиках, потребителях, конкурентах, и аналитическая работа, цель которой – дать рекомендации по формированию ассортимента товаров данной торговой организации.

В качестве основного фактора, влияющего на формирование ассортимента, выступает покупательский спрос. Существенные изменения в спросе должны сопровождаться изменениями в сформированном ассортименте [3, с. 54].

Процесс формирования ассортимента товаров в магазинах складывается из трех этапов. Во-первых, устанавливается укрупненный ассортимент (групповой ассортимент товаров) в магазине и тем самым определяется его профиль. Во-вторых, производится расчет структуры укрупненного ассортимента, т. е. определяются количественные соотношения отдельных групп товаров. При этом учитывается торговая площадь магазина, его размещение и посещаемость. В-третьих, определяется развернутый ассортимент (внутригрупповой ассортимент) и тем самым осуществляется подбор конкретных разновидностей товаров в пределах каждой группы.

Необходимым элементом работы с ассортиментом является его анализ. В розничной торговле используются такие методы, как ABC-анализ, XYZ-анализ, BCG-анализ.

Одним из наиболее эффективных методов осуществления анализа служит Бостонская матрица (BCG), согласно которой товары внутри торговых групп могут быть помещены в одно из четырех ее полей: «трудные дети», «звёзды», «дойные коровы» и «собаки» [2].

Проведенный BCG-анализ ассортимента строительного супермаркета ООО «Практик-Бобруйск» показал, что в 2014 году категория «Звёзды» представлена всего лишь одной ассортиментной группой – ламинированные полы. Данная группа товаров имеет заметное преимущество по темпам роста рынка и объемам продаж. Основная масса товаров приходится на поле «Собаки» – 31 группа товаров, которые составляют примерно 65 % от всего представленного ассортимента. К ним относятся такие товары, как бытовая техника, подоконники, ковровые покрытия и т. д. Остальные 16 групп товаров принадлежат группе «Дойные коровы». Среди них краски, лаки, грунты, линолеум, обои и т. д. Анализ, проведенный по результатам продаж за 2015 год, показал значительные изменения. Товарная позиция «ламинированные полы», которая была «звездой» в 2014 г., в течение 2015 года начала смещаться в сторону квадрата «Дойные коровы». В поле «звёзды» передислоцировались две другие товарные категории – строительный инструмент и сухие смеси и растворы. Товарные категории «вентиляционные системы» и «панели и профили ПВХ» из квадрата «дойных коров» перешли в «собаки». Общим для двух приведённых лет является отсутствие товаров в квадрате «трудные дети», т. е. ассортимент магазина не пополняется новыми товарными группами.

Регулярный анализ и сравнение текущих данных с данными прошлых лет позволяют отслеживать розничному предприятию эффективность принятых решений в отношении товарных категорий и проводить их своевременную корректировку.

#### **Список использованных источников**

1. *Бобович, А. П.* Управление ассортиментом товаров в розничных торговых предприятиях / А. П. Бобович // Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 1999. – № 5–6. – С. 28–31.
2. Управление ассортиментом в торговле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studme.org/1297112122312/marketing/upravlenie\\_assortimentom\\_torgovle](http://studme.org/1297112122312/marketing/upravlenie_assortimentom_torgovle). – Дата доступа: 23.02.2016.
3. *Валевич, Р. П.* Активизация продаж как следствие диверсификации торгово-производственного ассортимента / Р. П. Валевич // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: сб. науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т [и др.]; под общ. ред. И. Л. Акулича. – Минск: Рэйплац, 2009. – С. 53–57.

*Е. В. Дамбровский*

Научный руководитель – кандидат экономических наук доцент  
Н. С. Недашковская, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕХОДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ К МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ**

В результате распада СССР в начале 90-х гг XX в. Республика Беларусь оказалась на пути серьезных преобразований в экономике. Перед ней стояла тяжелая задача построения собственной модели рыночного хозяйствования. Для достижения данной цели необходимо было принять ряд коренных изменений.

Преобразования также не могли не затронуть такие значимые инструменты управления, как анализ, финансовый контроль и учет. Поскольку учет в командно-административной системе выполняет принципиально другие функции, нежели в условиях рыночной экономики, назрела проблема реформирования учета в соответствии с общепринятой во всем мире практикой. Это необходимо, прежде всего, для того, чтобы предприятия республики, выходящие на международные рынки, были их полноправными участниками, а стандарты бухгалтерского учета объективно отражали деятельность и имущественное положение компаний [1].

В соответствии с Программой развития бухгалтерского учета и отчетности в Республике Беларусь в 1998 году перед Министерством финансов была поставлена задача в течение десяти лет создать национальную систему бухгалтерского учета, основанную на МСФО. За это время была разработана соответствующая нормативно правовая база, позволившая национальной системе бухгалтерского учета адекватно отражать интересы рыночной экономики с учетом социально-экономического курса нашей страны [2].

В последнее время с учетом широкого внедрения современных коммуникационных технологий требования к единообразному толкованию финансовой отчетности компаний возросли еще больше. Инвестирование набирает обороты в режиме реального времени через всемирную электронную сеть, что является еще одним серьезным доводом в пользу унификации учетных стандартов. В самом ближайшем будущем ведение бизнеса на международном уровне будет невозможно без использования единых учетных нормативов, применимых вне зависимости от страны.

Белорусский бухгалтерский учет требует детального документального обоснования каждой производимой операции исключительно в соответствии с инструкциями и нормативными документами, в то время как для МСФО определяющим критерием является экономический смысл операции, заложенный в каждом Стандарте и интерпретации. Такой подход, с одной стороны, позволяет избежать искажений в финансовой отчетности, возникающих из-за задержек в документообороте. С другой – требует существенно более высокой квалификации учетных работников, которые должны будут выносить суждения относительно сути производимых операций. Знание МСФО в скором времени станет нормой для профильных специалистов.

В Республике Беларусь в условиях повышенных бизнес-рисков признание международных стандартов финансовой отчетности как основополагающих для формирования прозрачной отчетности является важным шагом. Прежде всего для привлечения иностранного капитала с целью улучшения взаимоотношений с иностранными инвесторами, что будет способствовать увеличению числа совместных проектов. Необходимо также подчеркнуть, что переход на МСФО должен осуществляться с учетом сложившихся национальных традиций, специфики экономического развития Республики Беларусь, а не путем слепого копирования западного опыта.

#### **Список использованных источников**

1. Проблемы внедрения и эффективность применения МСФО в РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://msfo.bl.by/>. – Дата доступа: 04.03.2016.

2. *Кожарская Н.В.* Бухгалтерский учет и анализ: журнал / Н. В. Кожарская. – Минский институт управления, 2010. – С. 29.

*А. М. Дробова*

Научный руководитель – Т. А. Куликова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **УЧЕТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ И ПО БЕЛОРУССКОМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ**

В Республике Беларусь постепенно идет сближение национальных стандартов бухгалтерского учета и отчетности и международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). В настоящее

время какие-то нормы национальных стандартов уже полностью соответствуют МСФО, каких-то – пока вообще нет, в том числе и по учету основных средств.

Учет основных средств в МСФО регламентируется отдельным стандартом МСФО (IAS) 16 «Основные средства». В белорусском законодательстве ему соответствует инструкция № 26 «Инструкция по бухгалтерскому учету основных средств». Проведем сравнительный анализ учета основных средств по МСФО и по национальному законодательству в таблице 1.

*Таблица 1*

**Сходства и отличия положений по учету основных средств  
МСФО и Республики Беларусь**

Наименование показателя	Учет основных средств по МСФО	Учет основных средств в Республике Беларусь
Определение основных средств	Основные средства – это материальные активы, которые используются компанией для производства или поставки товаров и услуг, для сдачи в аренду другим компаниям или для административных целей; предполагается использовать их в течение более чем одного годового периода	Конкретного определения в Инструкции № 26 не приводится. Указаны условия признания активов к бухгалтерскому учету, имеющих материально-вещественную форму
Критерии признания основных средств	Объект основных средств признается в качестве актива, если существует высокая вероятность того, что компания получит связанные с данным активом будущие экономические выгоды и стоимость данного актива может быть надежно измерена	В Инструкции № 26 отсутствуют критерии признания основных средств
Первоначальная оценка основных средств	Объект основных средств, который может быть признан в качестве актива, должен быть оценен по фактическим затратам на приобретение	Признаются фактические затраты на приобретение, содержание, доставку и монтаж основных средств

Наименование показателя	Учет основных средств по МСФО	Учет основных средств в Республике Беларусь
Последующая оценка основных средств	Модель учета по фактическим затратам, либо модель учета по переоцененной стоимости	По первоначальной стоимости, если проведение переоценки не является обязательным или по переоцененной стоимости. Не допускается переоценка земельных участков и не завершенные строительством объекты
Срок полезной службы	Определяется руководством компании на основании «наилучшей оценки» и должен при необходимости пересматриваться. Изменение в сроках полезной службы отражается как изменение учетных оценок	Могут приниматься сроки полезного использования равными по величине нормативным срокам службы соответствующих объектов. Возможен пересмотр нормативных сроков службы с обязательным отражением в учетной политике

*Примечание.* Источник: собственная разработка.

Таким образом, положения Республики Беларусь по учету основных средств во многом совпадают со стандартами МСФО, но при этом отечественные положения детализируют и разъясняют принципы ведения бухгалтерского учета с помощью дополнительных инструкций и пояснительных записок.

*Т. О. Задорожнюк*

Научный руководитель – кандидат экономических наук  
В. В. Ковальчук, ГГУ имени Ф. Скорины (Гомель)

## **ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ОТРАЖЕНИЯ В УЧЁТЕ ЭЛЕМЕНТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА**

Для отечественных организаций сегодня особо важным является обеспечение полноты и достоверности учета нематериальных активов. Особую проблему в данном случае представляет интеллектуаль-

ный капитал, в составе которого важное место занимает «гудвилл» – деловая репутация. Согласно IAS-22 «Объединение компаний», гудвилл – это разница между ценой предприятия и справедливой стоимостью всех его активов [1]. В Республике Беларусь состав нематериальных активов определён «Положением по бухгалтерскому учёту нематериальных активов» № 118, в котором приведены исключения из нематериальных активов, однако их конкретный состав не приводится, а делается ссылка на пункт 18 Инструкции о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов. В пункте 18 указанной Инструкции говорилось, что к нематериальным активам не относится, в частности, и гудвилл. Однако постановлением Минэкономики, Минфина и Минстройархитектуры от 30.09.2011 г. № 162/101/45 из данной Инструкции пункт 18 был исключён. Тем самым категория «гудвилл» была выведена из состава объектов, прямо исключаемых из нематериальных активов. Это означает, что данный вид активов может быть признан в качестве нематериального, если будет удовлетворять критериям признания, указанным в Положении № 118.

Принятие Директивы № 4 от 31.12.2010 г. «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» является предпосылкой для новой волны приватизации, которая, несомненно, повлечёт за собой возникновение гудвилла и, соответственно, необходимость его правильной оценки [2].

В настоящее время при возникновении гудвилла, его относят на расходы будущих периодов в корреспонденции со счетами учёта расчетов. А вместе с тем, деловая репутация является одним из основных активов организации. Поэтому нами предлагается включить гудвилл в состав нематериальных активов в целях сближения отечественного учёта с МСФО. Отражение деловой репутации в бухгалтерском учёте предлагается проводить записью 04 «Нематериальные активы» по дебету и 83 «Добавочный капитал» по кредиту. Таким образом превышение цены покупки над рыночной стоимостью показывается в балансе как актив, подвергаемый обесценению в течение срока полезной службы.

В случае же отрицательной деловой репутации («бэдвилл»), разница между рыночной и покупной стоимостью организации рассматривается как скидка с цены, предоставляемая продавцом покупателю. В бухгалтерском учёте такая операция будет отражена по дебету счетов учёта расчетов в корреспонденции со счётом 98 «Доходы буду-

щих периодов», откуда будет списываться на счёта 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» или 91 «Прочие доходы и расходы».

Предложенная методика позволит не только ещё больше приблизить отечественный учёт к международной практике, но и обеспечит возможность и повысит полноту отражения в учёте элементов интеллектуального капитала.

#### **Список использованных источников**

1. *Крымов, С.* Гудвилл как инструмент управления собственностью компании / С. Крымов, Н. Аникина // Вестник Южно-Уральского университета. – 2010. – № 26(202). – С. 25–29.

2. *Щербакова, О. А.* Гудвилл: важнейшая составляющая нематериальных активов в учёте коммерческих предприятий / О. А. Щербакова // Аудит и финансовый анализ. – 2008. – № 5. – С. 14–19.

*О. В. Запек*

Научный руководитель – Г. М. Бабынина, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **КОНТРОЛЛИНГ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Критерием экономической эффективности использования материальных ресурсов выступает максимизация прибыли на единицу материальных затрат при высоком качестве продукции. ОАО «Бобруйский кожевенный комбинат» имеет Сертификат соответствия, зарегистрированный в Реестре Национальной системы подтверждения соответствия Республики Беларусь под № ВУ/112 05.01.008 0271, который удостоверяет, что система менеджмента качества проектирования, разработки и производства кож соответствует требованиям СТБ ИСО 9001-2001. В таблице 1 приведены основные показатели производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Бобруйский кожевенный комбинат» за 2012–2014 годы.

В 2014 г. ситуация на международном кожевенном рынке по сравнению с предыдущим годом несколько улучшилась. Для кожевенных предприятий Республики Беларусь сырья не хватает, так как его значительная часть вывозится за пределы республики. Цены на кожевенное сырьё постоянно растут. Как свидетельствует зарубежный опыт, перспективной системой, позволяющей значи-

тельно повысить степень эффективности на предприятии, является контроллинг. Понимание контроллинга предполагает эффективное информационное обеспечение руководителя предприятия, деятельность которого ориентирована на конечный результат – прибыль. С позиции этой задачи контроллинга как раз и состоят в подготовке информации руководителю для принятия им решений и выработки необходимых действий.

*Таблица 1*

**Динамика показателей финансово-хозяйственной деятельности  
ОАО «Бобруйский кожевенный комбинат» за 2012–2014 годы**

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. к 2013 г., %
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млн руб.	118112	149888	174564	116,46
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг, млн руб.	103702	128554	155313	120,82
Валовая прибыль, млн руб.	14410	21334	19251	90,24
Управленческие расходы, млн руб.	0	247	0	-
Расходы на реализацию, млн руб.	0	241	609	252,70
Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг, млн руб.	14410	20846	18642	89,43
Прибыль (убыток) от текущей деятельности, млн руб.	3613	10088	9617	95,33
Прибыль (убыток) от инвестиционной, финансовой и иной деятельности, млн руб.	- 2696	- 8587	- 8704	-
Прибыль (убыток) до налогообложения, млн руб.	917	1501	913	60,83
Налог на прибыль, млн руб.	165	270	164	60,74
Чистая прибыль (убыток), млн руб.	752	1231	749	60,84
Рентабельность реализованной продукции, работ, услуг, %	13,90	16,22	12,00	-

Контроллинг можно определить как целостную систему управленческих элементов, посредством взаимодействия которых достигается ориентация управленческого процесса на предприятии для достижения поставленных целей. Внедрение на предприятии системы контроллинга позволит повысить эффективность всего процесса управления экономической деятельностью ОАО «Бобруйский кожевенный комбинат».

Таблица 2

**Влияние контроллинга на основные сферы  
ОАО «Бобруйский кожевенный комбинат»**

Сфера применения	Обеспечиваемые преимущества	Стоимостная оценка
Планирование	Расширение количества и качества факторов и прогнозных изменений экономической ситуации, учитываемых в процессе планирования	Повышение платежной дисциплины: увеличение оборачиваемости средств; сокращение объемов кредитных ресурсов, экономия по их обслуживанию; доход от вложений высвободившихся финансовых ресурсов; экономия по смете затрат
Учет	Построение системы управленческого учета, учет неявных факторов и причин изменения экономической ситуации	Экономия на предотвращении вероятных убытков, неэффективного отвлечения средств, создание резервных фондов
Анализ	Раскрытие причин отклонений и влияния факторов на экономическую ситуацию, оценок степени рисков, анализ будущего состояния	Дополнительная прибыль, экономия от предотвращения негативных отклонений
Контроль	Возможность сравнения показателей по различным факторам	Избежание штрафных санкций, сокращение операционных затрат
Мониторинг	Расширение возможности отслеживания любого информационно-материального потока в организации	Дополнительная прибыль, экономия от предотвращения негативных отклонений
Координация	Совершенствование взаимозависимости действий и средств внутри предприятия при реализации управленческого решения; согласование частных целей подразделений и общих предприятия	Стоимость высвободившихся экономических ресурсов (трудовых, финансовых и т. п.) при повышении производительности труда

## **МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Мерчендайзинг – это наиболее часто применяемое направление маркетинга, которое дает возможность организациям представлять свой товар с наиболее выгодной стороны, подчеркивать его преимущества, наиболее подробно и красочно описывать его основные характеристики.

Инновации в сфере торговли заставляют владельцев магазинов и производителей увеличивать усилия по завоеванию и удержанию покупателей. Несмотря на то, что более 90 % всех продаж по-прежнему совершаются в торговых точках, удобство и эффективность форм магазинной торговли настоятельно требуют улучшения сервиса, а изменения в поведении покупателей – изобретения и применения новых методов для привлечения клиентов. Возрастающая конкуренция заставляет торговцев концентрироваться на создании конкурентных преимуществ магазинов, их индивидуальности.

ООО «Корона» специализируется на продажах продуктов питания, непродовольственных товарах, бытовой техники и электроники. Всего продается более 1000 наименований товаров. Главным направлением работы предприятия в последние годы стало совершенствование существующей розничной сети при помощи мерчендайзинга, а также расширение и увеличение количества торговых точек.

Атмосфера – совокупность внешних факторов, присутствующих в торговом зале, оказывающих определённое влияние на сенсорные рецепторы и формирующих психологическое состояние покупателя. Рассмотрим отдельные элементы атмосферы торгового центра ООО «Корона». Наличие и характеристика визуальных компонентов в торговом зале представлены в таблице 1.

По своей сути мерчендайзинг создает визуально-информационную модель, способствующую продаже товара, повышая его ценность в потребительской оценке. Главная цель мерчендайзинга — увеличение объемов продаж, сохраняя удовлетворение покупателя от процесса совершения покупки в магазине.

Таблица 1

## Визуальные компоненты атмосферы ООО «Корона»

Визуальный компонент атмосферы торгового центра	Наличие и характеристика
Информативные знаки и рисунки	К информативным знакам можно отнести объявления, адресующиеся покупателям. Такие как «Фото- и видеосъёмка запрещена», объявления с информацией о скидках на определённую продукцию. Данные объявления сделаны на листах формата А4 желтого или оранжевого цветов, обычным крупным шрифтом, мало заметные изда-лека, но читаемые при непосредственном нахождении в отделе
Вывески и указатели в торговом зале	Указатели секций присутствуют в виде табличек с наименованиями отделов.
Ценники на товар	Ценники достаточно читаемы, оформлены на зеленой бумаге, однако периодически наблюдается несоответствие продукции и ценника, возникают ситуации, когда товар отсутствует на полке, а ценник остаётся, либо продукция вынесена в зал, но ценники не успели приготовить, также возникают ситуации, когда продукция меняет своё месторасположение, а ценник остаётся на старом месте. К тому же некоторые ценники бывают потрёпанными и пыльными
POS-материалы	Несвоевременное размещение и отсутствие в торговом зале рекламных материалов лишают возможности покупателей своевременно узнавать об акциях, которые проходят в ТЦ «Корона»

*Примечание.* Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

## **ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ – ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Производственно-хозяйственная деятельность любого предприятия невозможна без достаточного количества финансовых ресурсов, обеспечивающего платежеспособность и финансовую независимость предприятия в рыночных условиях работы. Для эффективного управления ими используется финансовый механизм, который способствует наиболее полной и эффективной реализации финансами предприятий своих функций: обеспечивающей, распределительной и контрольной.

Финансовый механизм предприятия – это система управления финансовыми отношениями предприятия через финансовые рычаги с помощью финансовых методов. Основными элементами финансового механизма являются: финансовые рычаги, стимулы, финансовые методы, финансовые инструменты, правовое и информационное обеспечение финансового управления. Финансовые рычаги – инструменты формирования и использования централизованных фондов финансовых ресурсов в процессе распределения и перераспределения валового внутреннего продукта и национального дохода. Финансовые стимулы – поощрение за хорошие показатели деятельности и применение санкций за нарушения. Финансовые методы – это способы управления финансовой деятельностью предприятия. Финансовый инструмент – любой договор между двумя контрагентами, в результате которого у одного контрагента возникает финансовый актив, а у другого – финансовое обязательство долгового или долевого характера. Правовое обеспечение финансового механизма позволяет установить единые правила организации финансовых связей, защитить экономические интересы общества, коллективов предприятий и отдельных граждан. Информационное обеспечение финансового механизма предприятия – процесс непрерывного целенаправленного подбора соответствующих информативных показателей, необходимых для осуществления эффективных управленческих решений по всем аспектам финансовой деятельности предприятия. Функция обеспечения предприятия денежными средствами тесно связана с распределительной функцией финансов предприятий, осу-

ществляющейся с помощью финансового механизма. Распределительные отношения на предприятии оказывают очень сильное влияние на конечные результаты работы предприятия. На предприятии распределяется выручка от реализации продукции. Часть ее идет на возмещение затрат предприятия, т.е. себестоимости продукции, а другая представляет собой ее прибыль. Прибыль, в свою очередь, распределяется между предприятием и государственным бюджетом. Финансовый механизм этих отношений прежде всего включает в себя: зависимость заработной платы от сбыта производимой продукции, экономии от снижения себестоимости продукции; эффективного ведения хозяйства; обоснованность нормативов распределения прибыли между предприятиями и бюджетом; обоснованность стимулирования; эффективность использования средств на инновационные разработки, реконструкцию и техническое перевооружение, подготовку кадров и другие цели. Финансы предприятий отраслей экономики являются исходной основой всей финансовой системы страны. Они охватывают важнейшую часть всех денежных отношений: финансовые отношения в сфере воспроизводства, где создается валовой внутренний продукт, национальное богатство и национальный доход – основные источники финансовых ресурсов экономики. Эффективное управление финансами предприятий с помощью финансового механизма является основой стабильности экономики страны.

#### **Список использованных источников**

1. Финансы предприятий: учеб. пособие / под общ. ред. Н. Е. Заяц, Т. И. Василевской. – Минск: Выш. шк., 2008.
2. *Теплякова, Н. А.* Финансы и финансовый рынок: ответы на экзаменационные вопросы / Н. А. Теплякова. – Минск: Тетралит, 2015.

*А. В. Москалева*

Научный руководитель – Ю. Е. Климова, МГУП (Могилев)

## **ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОГО РИСКА В ОРГАНИЗАЦИИ**

В современных экономических условиях особое значение должно уделяться маркетинговым рискам, которые могут возникнуть в процессе управления и функционирования предприятия. Управление и риск –

взаимосвязанные компоненты организационно-экономической системы. Повышение эффективности управления деятельностью организации на всех уровнях хозяйствования в условиях неопределенности является актуальным в настоящее время. Риски как возможность финансово-экономических потерь или негативных последствий принимаемых решений необходимо прогнозировать и учитывать. Разные риски создают и различные виды угроз для предприятий, те риски, которые оказывают наибольшее влияние на деятельность предприятия, необходимо тщательно изучить и разработать программу управления рисками для снижения негативных последствий, связанных с их возникновением.

Проанализируем риски, которые оказывают влияние на деятельность предприятий мясной промышленности, на примере ОАО «Могилевский мясокомбинат», а также оценим возможность их возникновения в нынешних экономических условиях. Для этого воспользуемся методом экспертных оценок. Данный метод применяется для исследования степени влияния рисков на деятельность предприятия. Анализируя систему рисков, с которыми может сталкиваться предприятие в своей деятельности, можно выделить 12 видов риска  $S_i$  (1,2,3 ..., 12). По степени воздействия все анализируемые риски можно разделить на три группы. Риски первой группы считаются приоритетными, так как имеют наибольшую степень воздействия.

В первую группу входят риски: риск ресурсного обеспечения ( $S_1$ ), риск несоответствия применяемых технологий, качества продукции требованиям рынка ( $S_2$ ), риск недостаточности инвестиционного ресурса для модернизации основных фондов предприятия ( $S_8$ ), риск сбоя технологического оборудования и необеспечения запланированного объема производства ( $S_{10}$ ), риск снижения прибыльности производимой продукции и недополучения доходов ( $S_{11}$ ).

Во вторую группу – риск несоблюдения технологий, нарушения требований экологичности производства ( $S_3$ ), риск недостаточного спроса на производимую продукцию ( $S_4$ ), риск планирования ассортимента продукции ( $S_6$ ), риск изменения поведения конкурентов ( $S_7$ ).

В третью группу – риск взаимодействия с торговыми посредниками ( $S_5$ ), риск неэффективности существующей организационной структуры ( $S_9$ ), риск неэффективности маркетинговой деятельности ( $S_{12}$ ).

Число рисков в первой группе  $m_1 = 5$ , во второй –  $m_2 = 4$ , в третьей –  $m_3 = 3$ .

Проанализировав группы рисков, можно сказать, что наиболее существенными рисками являются:  $S_{11}$  – риск снижения прибыльности

производимой продукции и недополучения доходов – 17,59 баллов;  $S_8$  – риск изменения поведения конкурентов – 15,08 баллов;  $S_{10}$  – риск сбоя технологического оборудования и не обеспечения запланированного объема производства – 13,68 баллов;  $S_2$  – риск несоответствие применяемых технологий, качества продукции требованиям рынка – 12,57 баллов;  $S_1$  – риск ресурсного обеспечения – 10,33 баллов.

На основании исследований, которые проведены экспертным путем, выяснилось, что эксперты на первое место ставят риски, связанные со снижением прибыльности производимой продукции и соответственно недополучением доходов. Данный вид риска возникает в связи с увеличением затрат на производство продукции. При любом варианте анализа рисков предприятия, итогом должно стать определение приоритетных направлений по снижению вероятности их наступления.

*И. В. Орлова*

Научный руководитель – Г. М. Бабынина, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОАО «БЕЛШИНА»**

Финансовое положение организации во многом зависит от эффективности использования ее активов и оборотных средств. Капитал в процессе своего движения последовательно проходит три стадии кругооборота: заготовительную, производственную и сбытовую. Следовательно, чем быстрее оборотный капитал сделает кругооборот, тем больше продукции получит и реализует предприятие при одной и той же сумме средств за определенный промежуток времени. Систему показателей эффективности использования активов образуют показатели оборачиваемости, характеризующие скорость превращения оборотных средств в денежную форму.

На ОАО «Белшина» коэффициент оборачиваемости оборотного капитала уменьшился с 3,44 на начало 2013 года до 2,35 на 01.01.2014 года, т. е. на рубль текущих активов реализовано 2,35 руб. продукции. Длительность оборота краткосрочных активов в 2014 году замедлилась на 48 дней, в том числе затрат в незавершенном производстве и готовой продукции на 16 дней. Увеличение длительности оборота указывает на снижение деловой активности. Для оценки финансовой устойчивости ОАО «Белшина» выполним расчет запаса финансовой устойчивости, который представлен в таблице 2.

Таблица 1

**Продолжительность оборота оборотного капитала  
ОАО «Белшина»**

<b>Наименование показателей</b>	<b>на 01.01.2013 г.</b>	<b>на 01.01.2014 г.</b>	<b>откл.</b>
Выручка – нетто от реализации продукции, млн руб.	8 811 718	8 245 017	-566 701
Коэффициент оборачиваемости оборотного капитала	3,44	2,35	-1,09
Продолжительность оборота оборотного капитала в днях – всего, в т. ч.:	105	153	48
материалов	33	44	11
животных на выращивании и откорме	1	1	0
<i>затрат в незавершенном производстве</i>	<i>4</i>	<i>6</i>	<i>2</i>
<i>готовой продукции и товаров</i>	<i>16</i>	<i>30</i>	<i>14</i>
товаров отгруженных	2	2	0
налогов по приобретенным ценностям	2	2	0
дебиторской задолженности	36	58	22
денежных средств	11	10	-1

Таблица 2

**Расчет безубыточного объема продаж и запаса финансовой  
прочности ОАО «Белшина» млн руб.**

<b>Показатель</b>	<b>2012 год</b>	<b>2013 год</b>
Выручка от реализации продукции за минусом НДС, акцизов и др.	8 811 718	8 245 017
Прибыль от реализации продукции, товаров	1 625 879	1 466 235
Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг	7 185 839	6 778 782
Сумма переменных затрат	6 004 605	5 296 536
Сумма постоянных затрат	1 181 234	1 482 246
Начисленные налоги из прибыли	251 778	19 060
Сумма маржи покрытия (п.1 – п.4)	2 807 113	2 948 481
Доля маржи покрытия в выручке, %	31,9	35,8
Безубыточный объем продаж ((п.5 + п.6) / п.8)	4 498 322	4 198 193
Запас финансовой устойчивости (п.1 – п.9)	4 313 396	4 046 824
Запас финансовой устойчивости ((п.1 – п.9) / п.1) × 100 %, %	49,0	49,1

Как показывает приведенный расчет, за 2013 год нужно было реализовать продукции на 4 198,2 млрд руб., чтобы покрыть только постоянные затраты. Фактически выручка составила 8 245,0 млрд руб., что выше критической суммы на 4 046,8 млрд руб., или на 49,1 %. Общая оценка эффективности деятельности и динамичности развития предприятия может быть дана на основе сравнения темпов роста прибыли от реализации, выручки от реализации продукции (без налогов) и авансированного в его деятельность капитала. На ОАО «Белшина» за 2013 год соотношение темпов роста прибыли от реализации, выручки от реализации продукции (без налогов) и авансированного в его деятельность капитала следующее:  $90,2 \% < 93,6 \% < 129,9 \% > 100,0 \%$ . При росте величины активов на 29,9 % выручка от реализации снизилась на 6,4 %, а прибыль от реализации – на 9,8 %, т. е. оптимальное соотношение не достигнуто, поскольку экономический потенциал возрастает более высокими темпами, чем выручка от реализации и прибыль от реализации, что свидетельствует о неэффективном использовании ресурсов.

*А. И. Пацкевич*

Научный руководитель – А. А. Носова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ БУПП «ФАБРИКА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ»**

Ассортиментная политика – наиболее важный из всех инструментов, с помощью которых предприятие действует на рынке. При нерациональной структуре ассортимента происходит снижение как потенциального, так и реального уровня прибыли предприятия, потеря конкурентных позиций на перспективных потребительских и товарных рынках.

Особую актуальность в настоящее время задача совершенствования методов построения ассортимента продукции приобрела для предприятий Республики Беларусь в условиях сохраняющегося технологического отставания, усиливающейся конкуренции со стороны зарубежных производителей, и необходимости удовлетворения запросов различных групп потребителей.

БУПП «Фабрика художественных изделий» входит в состав ГПТО «Белхуджпромыслы». В настоящее время фабрика является

специализированным предприятием по выпуску швейных, строчевышитых изделий, сувениров из соломки, изделий художественной ковки, мебели с элементами ковки, шарнирной сетки. Одной из важнейших сторон маркетинговой деятельности предприятия является осуществление и совершенствование ассортиментной политики.

Насыщенность ассортимента БУПП «Фабрика художественных изделий» составляет 628 ассортиментных позиций. Оценивая продукцию относительно гармоничности номенклатуры, необходимо отметить, что предприятие является диверсифицированным. Товарная номенклатура продукции включает 4 ассортиментные группы – одежда, строчевышитые изделия, сувенирная продукция, изделия художественной ковки. Наибольшее значение показатели глубины имеют на насыщенном товарном рынке: блузы женские (68), платья женские (46), юбки женские (43), комплекты постельного белья (48), комплекты столовые (67), комплекты чайные (49), рушники (58), скатерти (55), сувениры из соломки (49). Наименьшие значения глубины: брюки мужские (3), полукомбинезон (4), простынь (2), рукавица (4), декоративная ваза (5), корзинка (2), головной убор (6), салфетка (8). Важно отметить, что изделия художественной ковки являются заказными.

В маркетинге наиболее востребованным является ABC-анализа ассортимента, который позволяет определить нерентабельные или низко-рентабельные группы товаров, своевременно улучшить и оптимизировать ассортиментный портфель. В результате проведенных расчетов были получены следующие результаты: в группу товаров А (вклад продукции в реализацию 80 %) входят следующие ассортиментные позиции — комплект столовый (16,3 %), комплект постельного белья (11,2 %), комплект чайный (11,1 %), костюм женский (10,7 %), скатерть (8,2 %), платье (8,0 %), блуза женская (7,9 %), рушник (4,7 %) и составляют 32 % от общего числа номенклатурных групп; в группу товаров В (вклад продукции в реализацию 15 %) входят следующие ассортиментные позиции – костюм мужской (3,7 %), куртка мужская (3,5 %), юбка женская (2,4 %), брюки женские (2,3 %), одеяло (2,0 %), сувениры из соломки (1,9 %) и составляют 24 % от общего числа номенклатурных групп; в группу товаров С (вклад продукции в реализацию 5 %) входят следующие позиции – салфетка (1,6 %), сорочка мужская (1,2 %), кукла (0,7 %), жакет женский (0,6 %), полукомбинезон (0,5 %), брюки мужские (0,4 %), рукавица (0,4 %), декоративная ваза (0,08 %), головной убор (0,07 %),

корзинка (0,06 %), простынь (0,01 %) и составляют 44 % от общего числа номенклатурных групп.

На основании проведенного анализа можно сформулировать следующие предложения по совершенствованию ассортимента портфеля фабрики:

- поиск новых заказчиков для товаров группы В с целью увеличения объемов продаж; увеличить производство товаров группы А с целью формирования определенного резерва на складе, чтобы удовлетворять потребности покупателей в этих товарах в максимально короткие сроки;
- производство товаров группы С организовать в основном под заказ, чтобы избежать неоправданного накопления остатков продукции;
- необходимо постоянно контролировать динамику реализации продукции, особое внимание уделяя «проблемным» товарам, повышать качество и конкурентоспособность данных товаров; контролировать и учитывать сезонные колебания потребностей потребителей.

*В. В. Полякович*

Научный руководитель – Ю. Н. Андросик, БГТУ (Минск)

## **ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ТРАНСПОРТЕ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

Термин «зеленая логистика» появился в 90-е годы прошлого столетия.

Мы определяем «зеленую» логистику как систему мероприятий, предусматривающую применение ресурсо- и энергосберегающих технологий логистики и современного оборудования во всех звеньях цепи поставок товаров с целью минимизации негативного воздействия на окружающую среду и повышения совокупной потребительской ценности продукции для потребителей.

На данный момент многие европейские страны придерживаются принципов «зеленой логистики». Основной нормативной базой для них служит принятая в 2011 году «Белая Книга-2011. К единому европейскому транспортному пространству – через создание конкурентоспособной и ресурсно-эффективной транспортной системы», на основе которой ЕС определяет политику развития европейского транспорта [1].

Известная немецкая логистическая компания «Schenker» начала использовать новую для европейской железной дороги транспортную технологию, которая полностью исключает выбросы углерода в атмосферу. В рамках проекта «EcoPlus» фирма получает электроэнергию для электровозов с возобновляемых источников энергии.

Шведская компания Green Cargo, поставщик логистических услуг, вместе с операторами железнодорожных перевозок 7 стран Европы разрабатывает проект создания альянса, который позволит оптимизировать маршруты, системы и графики движения для 50 компаний в единой информационной среде. Использование смешанных автомобильно-железнодорожных перевозок позволит применять каждый вид транспорта в пределах его оптимальной эффективности, а также существенно уменьшить объем вредных выбросов в атмосферу путем электрификации железнодорожного транспорта.

С точки зрения бизнеса, методы «зеленой» логистики в основном включают: управление системой транспортировки, процессами упаковки (с целью уменьшить воздействие упаковочных материалов на окружающую среду), организацию «зеленых» коммуникаций и производства, управление складским хозяйством и отходами [2].

На сегодня, применение данной концепции, можно сказать, является необходимым для компаний желающих успешно конкурировать на международном уровне. «Зелёная» логистика дает положительный результат не только компаниям, но также государству и обществу. Часто «зелёную» логистику сводят исключительно к охране окружающей среды, но стоит отметить, что в широком смысле, она должна иметь социальную направленность[3].

#### **Список использованных источников**

1. Управление транспортными системами. Транспортное обеспечение логистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studme.org/1623122823423/logistika/primeneniye\\_printsipov\\_ustoychivogo\\_raxvitiya\\_transporte](http://studme.org/1623122823423/logistika/primeneniye_printsipov_ustoychivogo_raxvitiya_transporte). – Дата доступа: 11.02.2016.

2. Принципы «зеленой логистики» в деятельности логистических провайдеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://aticmd.md/wp-content/uploads/2014/04/V\\_2\\_17\\_MMOTI\\_Grigorac\\_Varevko\\_](http://aticmd.md/wp-content/uploads/2014/04/V_2_17_MMOTI_Grigorac_Varevko_) – Дата доступа: 26.02.2016.

3. Зеленая логистика. Транспортировка нефти и нефтепродуктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://scienceforum.ru/2014/474/1665>. – Дата доступа: 02.03.2016.

*Е. С. Расолько, О. Н. Пекарь*  
Научный руководитель – кандидат экономических наук  
Т. М. Братенкова, БГТУ (Минск)

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ТУРПРОДУКТА (НА ПРИМЕРЕ СЛАВГОРОДСКОГО РЕГИОНА)**

В современных условиях бренд территории становится чрезвычайно важным нематериальным активом ее экономики, обеспечивает рост конкурентных преимуществ хозяйствующих, а также политических субъектов конкретной территории.

Примером, заслуживающим внимания, является фестиваль «Гаспадарчы сыр», который проводится в г. Славгород. Данное мероприятие является одним из продуктов, сформированным в условиях развития региона, в республике не обладает особым размахом, но именно в данном районе является отправным пунктом для создания бренда Славгородского района и его развития в целом. Вопрос грамотного формирования и развития туристического продукта для последующего формирования бренда является едва ли ни основополагающим в современных условиях. Таким образом, можно выделить цель, задачи и миссию формирования брендового продукта. Цель: формирование бренда территории посредством создания уникального брендового продукта. Миссия: обеспечить своим потребителям уникальную возможность позаботиться о своем здоровье, насладиться вкусом настоящего домашнего сыра, а также сохранить истинные традиции сыроварения.

Основной проблемой является то, что большинство туристов узнают о фестивале только посредством «сарафанного радио» от знакомых из Могилевской области. Поэтому основной задачей является привлечение туристов за счет создания устойчивого образа фестиваля, а также создание уникального брендового продукта, способного приносить коммерческую выгоду району и развивать его традиции.

Осуществление стратегии ведется по следующим направлениям:

1. Анализ существующей ситуации в республике, анализ конкурентов по продукции отдельно.
2. Усовершенствование существующей концепции мероприятия.
3. Разработка визуальных и аудиальных коммуникаций.
4. Анализ ожидаемых результатов.

5. Разработка перспективы при развитии продукта (фестиваль).

Таким образом, стоит отметить, что удачно созданный территориальный бренд выступает предпосылкой для ускорения социально-экономического развития территории, повышения уровня и качества жизни населения, поскольку способствует решению ряда основополагающих проблем, имеющих большое значение для интенсивного развития территории.

#### **Список использованных источников**

1. *Котлер, Ф.* Маркетинг мест / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн. – Изд-во: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 418 с.

2. Формирование бренда территории на примере Харьковской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-brenda-territorii-na-primere-harkovskoy-oblasti>. – Дата доступа: 21.02.2016.

3. Агротуризм: учеб.-метод. пособие / В. А. Клицунова, Н. М. Борисенко, Я. И. Аношко. – Минск: РИПО, 2014. – 132 с.

4. Центр домашнего сыроварения «Сырная лавка» создадут в 2016 году в Славгороде на деньги Евросоюза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/culture/473413.html>. – Дата доступа: 27.01.2016.

*И. М. Таланова*

Научный руководитель – кандидат экономических наук  
доцент Т. И. Сушко, МГУП (Могилев)

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИК ПЕРЕОЦЕНКИ И АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ**

Основными проблемами учета основных средств являются своевременное признание активов, определение их первоначальной стоимости и суммы накопленной амортизации.

Международные стандарты рекомендуют определять справедливую стоимость объектов основных средств при проведении переоценки на основе оценок профессиональных оценщиков (метод прямой оценки). При этом чаще всего наиболее обоснованным показателем справедливой стоимости выступает рыночная цена активов, расчет которой предполагает применение процедур переоценки и тестирования объектов основных средств на обесценение.

В соответствии с действующим в Республике Беларусь законодательством при переоценке имущества организации применяют

следующие методы: прямой оценки, пересчета валютной стоимости и индексный. При этом следует отметить, что методы корректировки накопленной амортизации при проведении переоценки объектов основных средств и порядок их отражения на бухгалтерских счетах в белорусских нормативных актах не обозначены.

В соответствии с МСФО 16 «Основные средства» после проведения переоценки объекта основных средств накопленная амортизация на дату переоценки может учитываться по одному из следующих методов: метод пересчета накопленной амортизации основных средств и метод списания накопленной амортизации основных средств.

В отечественной практике организации могут применять только первую модель, однако переоцененная стоимость включает сумму накопленной амортизации.

В настоящее время не рассчитывается и не учитывается амортизационный фонд, что не позволяет контролировать использование данного источника обновления основных средств. Можно согласиться с точкой зрения И. А. Бовы, что для усовершенствования бухгалтерского учета амортизации основных средств целесообразно использовать комплексную методику бухгалтерского учета статико-динамической модели амортизации, которая в отличие от действующей методики использования счета амортизации основных средств в качестве регулятива включает следующие составляющие: методику учета финансовой амортизации, учета формирования амортизационного резерва, учета оценочной амортизации и учета использования источников финансирования капитальных вложений.

Данный комплекс методических решений даст возможность регулировать финансовый результат в зависимости от потребности организации в инвестиционных ресурсах без влияния на остаточную стоимость основных средств. Он позволит создать единую для всей страны методику исчисления остаточной стоимости основных средств и приблизить оценку их технического состояния к реальности.

Исходя из проведенного исследования можно сделать вывод, что на современном этапе развития бухгалтерского учета в Республике Беларусь существует необходимость дальнейшей адаптации учета и оценки основных средств с учетом МСФО и современного развития экономики с целью повышения качества финансовой отчетности и соответственно принимаемых управленческих решений. Например, требуется усовершенствование структурно-информационного

содержания действующих форм годовой бухгалтерской отчетности в части отражения информации об основных средствах.

*А. А. Тычина*

Научный руководитель – кандидат филологических наук  
доцент И. Н. Малашук, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК»)**

Реклама – это особый вид деятельности, который сопровождает человечество на протяжении всей истории его развития. Слово «реклама» произошло от латинского **reclamare**, что означает «кричать». Как термин, определяющий конкретный вид деятельности, а именно рекламную деятельность, он появился во второй половине XVIII в. Однозначно определить природу рекламы невозможно. Это происходит потому, что реклама объединяет в себе **искусство** со своими специфическими законами, **науку**, возникшую на стыке **психологии**, математики, статистики, логики, **социологии** и ряда других наук, и, конечно, является одним из основных **инструментов современного маркетинга**.

К основным методам рекламы продукции, применяемым на ОАО «Красный пищевик», относятся наружная реклама, размещение информации о предприятии в каталогах, реклама в прессе, дегустации, которые проводились только на внутреннем рынке. Реклама в прессе и наружная занимают наибольшую долю в бюджете маркетинговых коммуникаций. Таким образом, в 2015 году на организацию рекламы в средствах массовой информации было потрачено 62 136 548 рублей, что на 30 182 721 рублей больше, чем в 2014 году – 31 953 827 рублей. Это увеличение произошло из-за увеличения рекламы в СМИ и сложившейся ситуации на финансовом рынке Республики Беларусь (изменение курса белорусского рубля к иностранным валютам).

Затраты на рекламу продукции в 2013 году уменьшились на 11,4 %, в 2014 году они увеличились на 80,8 %.

Реклама в Интернет заключается только в обновлении информации на сайте предприятия [www.zefir.by](http://www.zefir.by).

Видно, что предприятие не использует глобальную сеть как средство размещения рекламы, хотя основное преимущество рекла-

мы в интернет состоит уже в том, что она изначально намного дешевле других видов рекламы, а также направлена и на внутренний, и на внешний рынок. Личная продажа как одна из составных частей комплекса маркетинговых коммуникаций призвана обеспечить устное представление товара в ходе беседы с потенциальными покупателями и побудить их к покупке. Она предусматривает прямой (индивидуальный) контакт между продавцом и покупателем. К основным мероприятиям по стимулированию сбыта на внешних рынках на предприятии относится: бесплатное распространение продукции и сувениров на выставках; презентации новых видов продукции. ОАО «Красный пищевик» достаточно большое внимание уделяет проведению ярмарок и выставок, что также способствует осуществлению рекламной деятельности.

Исходя из анализа, который был проведен, мы увидели, что ОАО «Красный пищевик» не использует интернет для рекламы, хотя интернет является достаточно перспективной площадкой для размещения различных рекламных материалов. Реклама в сети Интернет – самый перспективный и эффективный способ продвижения бизнеса в наше время. Он позволяет с минимальными затратами обеспечивать привлечение новых клиентов, продвижение и позиционирование бренда, а также дает возможность достигать других целей.

#### **Список использованных источников**

1. *Акулич, И. Л.* Маркетинг: учебник для студентов экон. спец. вузов / И. Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Вышэйшая школа, 2008.
2. *Голубков, Е. П.* Основы маркетинга: учебник для студентов вузов, обуч. по экон. спец. / Е. П. Голубков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финпресс, 2008.

*Д. С. Уздякин*

Научный руководитель – доктор юридических наук  
профессор Д. М. Демичев, БГЭУ (Минск)

## **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СОЮЗЕ**

В настоящее время возможность создавать профессиональные союзы признается законодательством всех демократических государств,

что отражается в соответствующих конституционных статьях [1, с. 44], а в Республике Беларусь одним из наиболее массовых общественных объединений являются профессиональные союзы. В соответствии с Гражданским кодексом и Законом Республики Беларусь от 22 апреля 1992 г. №1605-ХІІ «О профессиональных союзах» (в ред. Закона от 14 января 2000 г. с изм. и доп.) [2] профессиональный союз является некоммерческим юридическим лицом, поэтому бухгалтерский учет ведется профсоюзом в общеустановленном порядке. Особенности организации и ведения бухгалтерского учета, составления и предоставления бухгалтерской отчетности профессиональными союзами устанавливаются учредительными документами и уставом профессионального союза, а также Законом Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 «О бухгалтерском учете и отчетности» [3] и иными нормативными правовыми актами. Так, крупнейшее объединение профессиональных союзов Республики Беларусь – Федерация профсоюзов Беларуси – приняла целый ряд документов по ведению бухгалтерского учета, которые вошли в Сборник постановлений Президиума Совета Федерации профсоюзов Беларуси по вопросам внедрения стандарта профсоюзного бюджета, изданный в 2016 г. [4].

Основным видом доходов профессионального союза являются членские взносы. Порядок их установления и взимания предусматривается уставом профессионального союза, а в соответствии с пунктом 2 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 14 декабря 2001 г. № 1804 «О мерах по защите прав членов профессиональных союзов» уплата членских профсоюзных взносов производится лично работниками либо по их письменным заявлениям путем удержания указанных взносов нанимателем из заработной платы работников для перечисления в безналичном порядке. При этом перечисление денежных сумм в безналичном порядке осуществляется нанимателем одновременно с выплатой заработной платы работникам на расчетный счет профсоюза; наниматели не вправе использовать удержанные суммы на другие цели, а также задерживать их перечисление. В процессе деятельности профессионального союза, согласно заключенного коллективного договора, организацией-нанимателем может быть перечислена безвозмездная целевая помощь на проведение, как правило, культурно-массовых и спортивно-оздоровительных мероприятий.

Для обобщения информации о наличии и движении данных средств в профессиональном союзе предназначен счет 86 «Целевое

финансирование», а для учета расходов по уставной деятельности профессиональным союзом применяется счет 26 «Общехозяйственные расходы».

Таким образом, профессиональные союзы ведут бухгалтерский учет, составляют и представляют бухгалтерскую отчетность в соответствии с Законом Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-З «О бухгалтерском учете и отчетности» и иными актами по бухгалтерскому учету и отчетности.

#### **Список использованных источников**

1. *Демичев, Д. М.* Конституционное право: учеб. пособие / Д. М. Демичев. – Минск, 2004. – 351 с.
2. О профессиональных союзах: Закон Респ. Беларусь, 22 апр. 1992 г., № 1605-ХП (в ред. Закона от 14 янв. 2000 г., с изм. и доп.) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2000. – № 23. – 2/146; Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – 11.01.2015. – 2/2230.
3. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г. (с изм. и доп.) // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – 06.06.2015. – 2/2266.
4. Сборник постановлений Президиума Совета Федерации профсоюзов Беларуси по вопросам внедрения стандарта профсоюзного бюджета. – Минск: ФПБ, 2016. – 24 с.

*Р. В. Шеер*

Научный руководитель – С. Н. Дроздова, БГЭУ (Бобруйск)

## **СОВРЕМЕННАЯ УПАКОВКА И ЕЕ РОЛЬ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА**

Упаковка всегда являлась негласным продавцом и на сегодняшний день как никогда прежде составляет немалую долю в принятии решения потребителем о покупке того или иного товара. Особенно сейчас, когда посредник между покупателем и самим товаром в виде человека практически исчез из сознания покупателей.

Сегодня перед производителями товаров массового потребления стоит непростая задача: продавать тонны одинаковых товаров так, чтобы каждый покупатель мог подчеркнуть свою индивидуальность, чувствовал себя особенным и гордился своим выбором. Изменившиеся правила игры диктуют новый подход к использованию маркетинговых инструментов.

Хорошая, красивая упаковка выполняет следующие функции:

- влияет на восприятие товара покупателем;
- предохраняет его от повреждения при транспортировке и хранении;
- привлекает внимание других потенциальных клиентов;
- обеспечивает информативность.

Дело в том, что упаковка товара может быть отличным инструментом для маркетинга, поскольку она напоминает о вашем бренде постоянным клиентам и доносит информацию новым. Это ключ к эффективному повышению продаж.

Играют важную роль в оформлении упаковки такие факторы, как материал, графика, типография и гиперфункциональные формы, позволяющие использовать упаковку и дальше, даже после употребления ее содержимого. Также при ее создании просто необходимо учитывать такие моменты, как:

- коммуникация с потребителем (способность упаковки «общаться» с покупателем);
- персонализация упаковки (использование бренд-персонажей и других элементов, позволяющих без труда опознавать наш товар среди товаров конкурентов);
- акцент на натуральность и экологичность (а кто из нас никогда не мечтал о здоровом образе жизни и правильном питании?);
- упор на всеми любимые вкусы и стандарты прошлого (ностальгические нотки зачастую играют немаловажную роль и придают импульсивности в пользу выбора той или иной продукции);
- минимализм (акцент непосредственно на товаре, для подачи в наиболее выгодном свете) [1].

Основываясь на этих принципах, можно подчеркнуть тот факт, что будь то экологичная упаковка, позволяющая добиться признательности покупателя и воспитывающая у него чувство ответственности за окружающую среду, или же эксцентричные, нарисованные от руки рисунки и написанные от руки надписи, – все это буквально персонифицируют упаковку и сигнализируют потребителю, что за брендом скрывается человеческое лицо.

Не стоит также упускать из виду и Digital ориентацию на потребителя. Ежедневно человек проводит в интернете в среднем 8 часов, что составляет порядка 56 часов в неделю. Зная это, многие современные бренды уже используют QR-коды на упаковке, чтобы направить потребителей к онлайн ресурсам, для более полного и плотного

контакта. Способствуют этому и хэштеги компаний, напечатанные на различных упаковочных образцах для стимулирования взаимодействия покупателя с компанией через социальные медиа [2].

#### **Список использованных источников**

1. «Advertology.ru – все о рекламе, маркетинге и PR» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article127435.htm>. – Дата доступа: 01.02.2016.

2. Блог Дизайн студия Пионер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://blog.pioneers.com.ua/2015/01/pack\\_215](http://blog.pioneers.com.ua/2015/01/pack_215). – Дата доступа: 02.02.2016.

*С. Ф. Шитикова*

Научный руководитель – И. И. Очкольда,  
Международный университет «МИТСО» (Гомель)

## **НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЛИКВИДНОСТЬЮ БАНКА**

**Ликвидность банка** – это способность своевременно и без потерь **выполнять свои обязательства** перед клиентами (вкладчиками, кредиторами, инвесторами).

Факторы, определяющие ликвидность банка, могут быть внутренними и внешними.

К внутренним факторам относятся: качество активов банка, качество привлеченных средств, сопряженность активов и пассивов по срокам, менеджмент и имидж банка.

К внешним факторам относятся: общая политическая и экономическая обстановка в стране, развитие рынка ценных бумаг и межбанковского рынка, система рефинансирования, эффективность надзорных функций Национального банка Республики Беларусь.

Нормативы показателей ликвидности и достаточности капитала для банковских учреждений устанавливает Национальный банк Республики Беларусь. К таким показателям относятся: достаточность собственного капитала, мгновенная ликвидность, краткосрочная ликвидность, текущая ликвидность, соотношение ликвидных и суммарных активов.

Нормативы показателей ликвидности и достаточности капитала для банковских учреждений устанавливает Национальный банк Республики Беларусь. К таким показателям относятся: достаточность

собственного капитала, мгновенная ликвидность, краткосрочная ликвидность, текущая ликвидность, соотношение ликвидных и суммарных активов.

Одной из наиболее важных задач управления любым банком является обеспечение соответствующего уровня ликвидности. Банк считается ликвидным, если имеет доступ к средствам, которые могут быть привлечены по разумной цене и именно в тот момент, когда они необходимы.

Недостаточный уровень ликвидности часто является первым признаком наличия у банка серьезных финансовых затруднений. В такой ситуации он обычно начинает терять депозиты, что уменьшает его наличные средства и заставляет избавляться от наиболее ликвидных ценных бумаг. Другие банки с большой неохотой предоставляют банку, находящемуся на грани банкротства, займы без дополнительного залога или предлагают их по более высокой процентной ставке, что еще более сокращает доходы банка, испытывающего финансовые трудности.

Процесс управления ликвидностью банка строится из следующих принципов:

- при рассмотрении альтернативы «прибыльность-ликвидность» приоритет отдается ликвидности;

- централизованный подход к управлению ликвидности, т. е. рассматривается ликвидность банка в целом, а не каждого филиала в отдельности;

- соблюдение принципов диверсификации активных и пассивных операций, согласованность активов и пассивов по срокам погашения;

- оптимальная структура источников формирования пассивов;

- выполнение нормативных требований Национального банка Республики Беларусь и международных стандартов в области ликвидности. Норма ликвидности – это величина коэффициента ликвидности, ниже которой не может опускаться соотношение ликвидных активов и соответствующих обязательств [1].

#### **Список использованных источников**

1. *Дашинская, Н. П.* Финансово-банковская статистика: учеб. пособие / Н. П. Дашинская. – Минск: Изд. центр БГУ, 2007. – 318 с.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК**

Традиционно грузовые потоки между Европой и Азией основываются на морском сообщении. Рост продаж между Европой и Азией, создание высокотехнологичных производств приводят к спросу на новые транзитные решения. Все актуальнее становятся соединения с помощью сухопутного транспорта. Укрепление евроазиатских связей во многом зависит от тесного взаимодействия различных видов транспорта, выстраивания смешенных, мультимодальных, интермодальных транспортных логистических цепей.

Масштаб и наличие большого количества точек погрузки позволит осуществить оптимизацию транспортных схем для сокращения сроков и себестоимости перевозок. Однако, для интенсификации сообщения Азия – Европа необходимо согласовать стандарты законодательств стран-участниц транспортного процесса. Устранение препятствия возможно путем разработки и принятия общих наднациональных правил [1, с. 76].

Большое значение имеет информационно-компьютерная поддержка транспортного процесса. Для интеграции нашей страны в мировое информационное пространство (в том числе и в сфере транспортировки) необходимо использование в логистических системах современных международных стандартов электронного обмена данными, развитие безбумажного электронного документооборота. Мировой опыт показывает, что залогом успешного развития комбинированных перевозок является глубокая техническая и технологическая проработка всех этапов логистической цепи.

Скорость, экономичность доставки, сохранность грузов, а также экологичность грузоперевозок сочетают в себе контрейлерные перевозки. Основное отличие от привычных автомобильных заключается в том, что автопоезд передвигается на дальнее расстояние не по шоссе, а по железной дороге со скоростью пассажирского или товарного поезда. По прибытию в пункт назначения железнодорожного состава автопоезд своим ходом доставляет груз до заказчика [2, с. 142].

Таким образом, эффективная работа всех видов транспорта во многом связана с уровнем и масштабами развития прогрессивных видов перевозок. Основным направлением развития международных грузоперевозок является перевозка грузов в пакетах и контейнерах. Контейнеризация позволяет: сократить расходы на тару и упаковку грузов за счет применения более легких конструкций; достичь полной комплексной автоматизации и механизации погрузочно-разгрузочных работ; ускорить доставку грузов за счет сокращения числа и продолжительности перегрузочных операций; упростить технические, коммерческие и транспортно-экспедиционные операции при погрузке и выгрузке в пунктах приема и выдачи груза; снизить транспортные расходы и повысить культуру обслуживания клиентуры.

Тенденции развития контейнерных перевозок: интеграция локальных систем в крупные национальные и международные системы; вовлечение в сферу контейнерных перевозок всех видов транспорта; повышение активности промышленных предприятий по переключению на контейнерные перевозки грузопотоков индустриальных грузов; расширение парка специализированных контейнеров; создание новой высокопроизводительной перегрузочной техники; внедрение специализированных транспортных средств [3, с. 20].

#### **Список использованных источников**

1. *Савин, В. И.* Перевозки грузов железнодорожным транспортом: справоч. пособие / В. И. Савин. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. – 528 с.
2. *Чеботаев, А. А.* Логистика и маркетинг: учеб. пособие / А. А. Чеботаев, Д. А. Чеботаев. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2005. – 247 с.
3. *Малыгин, А.* Будущее – за логистическими посредниками в структуре РЖД / А. Малыгин // Деловой журнал «РЖД-Партнер». – 2006. – № 3. – С. 20–22.

## СЕКЦИЯ 4

---

---

# БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ПОЛИТИЧЕСКИЕ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, КУЛЬТУРНЫЕ, ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ СВЯЗИ

*Р. Х. Агаева*

Научный руководитель – кандидат филологических наук  
доцент Л. Н. Луц, БФ БГЭУ (Бобруйск)

### МУЖЕСТВО КАК ОСОБЫЙ ВИД МИРООТНОШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ З. ТУСНОЛОВОЙ-МАРЧЕНКО)

Великая Отечественная война – это одна из героических страниц нашей страны, которую необходимо рассматривать как фундамент для постоянного поиска, развития, совершенствования ценностных представлений личности. И чем дальше в прошлое уходят 1418 дней и ночей той кровавой битвы, тем яснее становится их значение. Мужество – добродетель, которая во все времена почиталась в обществе. Оно связано с представлением об истинно мужском, мощном и самостоятельном, достойном поведении. Мужество – всегда проявление крепости, надежности, устойчивости. Качество мужества, хотя и ассоциируется с собственно мужскими чертами, может принадлежать и женщине. Парадокс мужественной женщины не так уж редок. Это та самая женщина, которая способна противостоять испытаниям судьбы, житейским невзгодам и страданиям.

Известный исследователь Пауль Тиллих выделяет три вида мужества: «мужество быть частью, мужество быть собой и мужество принять приятие». Ярким образцом мужества и стойкости («принять приятие») является история уроженки Беларуси, медсестры Зинаиды Тусноловой-Марченко. За 8 месяцев пребывания на фронте она вынесла с поля боя 123 раненых. В феврале 1943 г. в бою за станцию Горшечное Курской области была тяжело ранена, обморожена, сутки пролежала среди трупов. Вследствие обморожения лишилась рук и ног. После обращения Зинаиды к рабочим, публикации открытого

письма воинам Первого Прибалтийского фронта, лозунг «За Зину Туснолобову!» появился на бортах многих советских танков, самолётов и орудий.

Будучи очень молодой, Зинаида проходит через мощные жизненные испытания, через пограничные ситуации, связанные с угрозой жизни, с испытанием болью и страданиями. Стоит заметить, что боевое и фронтовое мужество, а также мужество тяжелооболбанного, как правило, связано с добродетелью терпения. В этом смысле храбрость и мужество – не одно и то же. Храбрый человек может яростно бросаться в бой, но не проявить мужества, когда нужно быть сильным длительное время, преодолевая страдания и трудности. Мужество, несомненно, связано с фактором времени, это – не яркая вспышка, а ясный, ровный свет. Человеческая судьба – вещь непредсказуемая, никто не может похвастать тем, будто он знает наперед, что всегда будет счастливым, довольным и благополучным. Жизнь нередко посылает человеку вовсе непредвиденные испытания, резко меняя свое плавное течение, взваливая на его плечи ответственность за близких, обрекая вчерашнего счастливого человека на болезнь, на противостояние со средой или даже на смерть. Принять судьбу – значит встретить ее мужественно. Не принявший того, что уже неизбежно свершилось, бьется в истерике, рыдает, прокликает ближних и дальних, ищет виноватых. Он не может сориентироваться в новых обстоятельствах и вести себя достойно. Мужественный способен держать удар. Он смиряется с тем, чего не способен изменить, и прилагает все усилия, если может улучшить сложившуюся ситуацию или найти из нее выход. Достойное принятие даже очень горькой судьбы – акт мужества. Мужественный человек принимает страдание как самоиспытание, как проверку себя, не пытаясь переложить его на других.

Данная история является уроком мужества и храбрости, героизма и стойкости. Зинаида Туснолобова-Марченко – человек, которому пришлось столкнуться в своей жизни со смертью и болью. Она не убежала с поля боя, всё выдержала, вынесла и не проявила ни одного из антиподов мужества – трусости, слабости, страха. Моральная стойкость, особое мироотношение дает человеку чувство уверенности, позволяет ему жить и действовать с достоинством. Выявление и анализ таких этико-исторических фактов с целью изучения актуальны и необходимы, так как они формируют ценностные ориентации, идеи гуманизма и патриотизма.

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАБОТОСПОСОБНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА**

Работоспособность – это способность человека выполнять конкретную деятельность в рамках заданных временных лимитов и параметров эффективности. С одной стороны, она отражает возможности биологической природы человека, служит показателем его дееспособности, с другой – выражает его социальную сущность, являясь показателем успешности овладения требованиями какой-то конкретной деятельности.

Работоспособность проявляется в поддержании заданного уровня деятельности в течение определенного времени и обуславливается двумя основными группами факторов – внешними и внутренними. Внешние – информационная структура сигналов (количество и форма представления информации), характеристика рабочей среды (удобство рабочего места, освещенность, температура и т. п.), взаимоотношения в коллективе. Внутренние – уровень подготовки, тренированность, эмоциональная устойчивость. Предел работоспособности – величина переменная; изменение ее во времени называют динамикой работоспособности.

Вся трудовая деятельность протекает по фазам:

I. Предрабочее состояние (фаза мобилизации).

II. Вработываемость или стадия нарастающей работоспособности (фаза гиперкомпенсации).

III. Период устойчивой работоспособности (фаза компенсации).

Выносливость обуславливается следующими факторами: интенсивностью работы; спецификой работы; возрастом; полом; концентрацией внимания; эмоциональным состоянием; наличием умений, навыков, тренированностью; типом высшей нервной деятельности. Сила нервной системы характеризует работоспособность и надежность работы личности человека особенно в экстремальных ситуациях.

IV. Период утомления (фаза декомпенсации).

V. Период возрастания продуктивности.

VI. Период прогрессивного снижения работоспособности.

VII. Период восстановления.

В каждом из рассмотренных периодов работоспособности используются определенные возможности организма. Периоды I–III используют максимальные энергетические возможности организма. В дальнейшем поддержание работоспособности происходит за счет эмоционально-волевого напряжения с последующим прогрессивным снижением продуктивности труда и ослаблением контроля над безопасностью своей деятельности.

Факторы, влияющие на работоспособность человека.

1. Продолжительность светового дня.
2. Эмоции в течение дня.
3. Питание.
4. Нарушение движения энергии в организме.
5. Плохой отдых ночью.

Постоянная усталость во второй половине дня говорит о том, что человек не соблюдает правила жизнедеятельности организма и в первую очередь надо тщательно проанализировать свой распорядок дня, а не хвататься за лекарства и стимуляторы.

#### **Список использованных источников**

1. Методический справочник. Устройство психофизиологического тестирования УПФТ-1/30 – «Психофизиолог». – Таганрог: НПКФ «Медиком-МТД», 2004.

2. *Марков В. В.* Основы здорового образа жизни и профилактика болезней / В. В. Марков. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 320 с.

*Я. В. Бествицкая*

Научный руководитель – кандидат педагогических наук  
доцент Л. П. Павлова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО БЕЛАРУСИ**

Изобразительное искусство Беларуси разнообразно по стилям, направлениям и жанрам. Самобытная художественная культура Беларуси формировалась на протяжении столетий. Здесь существовали оригинальные архитектурные и художественные школы, создавались неповторимые музыкальные и литературные произведения.

Самые интересные произведения белорусской живописи и скульптуры различных эпох можно увидеть в художественных музеях страны. Крупнейшим собранием произведений искусства обла-

дает Национальный художественный музей Беларуси. Он активно пропагандирует национальное искусство. Здесь постоянно проходят выставки произведений белорусских художников.

Интересные коллекции произведений белорусского искусства хранятся в Витебском художественном музее, Могилевском областном художественном музее, Полоцкой художественной галерее.

Во многих районных центрах Беларуси есть художественные галереи, где можно увидеть работы местных художников.

С середины 1950-х гг. произошла стилевая переориентация белорусской живописи. Художники постепенно отказались от пафоса и описательности, для их произведений стали характерны лаконичность и простота. Белорусские художники разработали своеобразный стиль, напоминавший монументальную живопись. В таком стиле выполнены работы М. Савицкого, в том числе «Партизанская мадонна». Некоторые авторы обращались к событиям далекого исторического прошлого, других интересовали темы и мотивы современной жизни. Выдающиеся произведения белорусского искусства 1950-х – середины 1980-х гг. посвящены Великой Отечественной войне.

Развитие изобразительного искусства ознаменовалось появлением в Беларуси новых имен. Широкое признание получили произведения Николая Селешука, Владимира Товстика, Евгения Кулика, Валерия Слаука, Феликса Янушкевича, Петра Лукьяненко, скульптора Александра Шатерника. Народный художник Беларуси Гавриил Ващенко в 1993 г. получил кембриджскую серебряную медаль «Человек XX столетия». А Международный биографический институт наградил Ващенко медалями «Золотой диск» и «Человек года – 94».

В середине 1990-х – начале 2000-х гг. в белорусскую графику пришли молодые авторы: Павел Татарников, Юрий Алисевич, Роман Сустов, Юрий Яковенко, Андрей Басальга. Активно работают представители старшего поколения: Николай Козлов, Валерий Слаук, Владимир Вишневецкий, Лев Алимов. Представители белорусской школы графики получают положительные отзывы искусствоведов в специализированной печати, завоевывают дипломы на книжных ярмарках и крупных художественных выставках.

Современному белорусскому искусству присуще многообразие визуальных экспериментов. Графика, живопись, фотография, скульптура развиваются в русле современных визуальных тенденций. Наблюдается смешение и взаимодействие стилей. Значительно активи-

зировалась выставочная деятельность, проводятся международные пленэры, фестивали и выставочные проекты.

Государство проводит последовательную политику по сохранению культурного наследия белорусов, лучших черт белорусского характера: уважение к людям других национальностей и конфессий, терпимость, толерантность, гуманизм, миролюбие; поддерживает исторически сложившееся двуязычие, возрождение духовности и сохранение традиционных религиозных конфессий, искусство во всех формах.

*Е. А. Викторчик*

Научный руководитель – кандидат исторических наук доцент  
И. В. Гребенчук, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ЖИВОТНЫХ НА МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ И В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Впервые закон, регулирующий обращение с животными, был принят в 1822 году в Англии. В настоящее время на международном уровне действуют Декларация о правах животных, принятая ЮНЕСКО в 1978 году, и Конвенция по международной торговле видами дикой флоры и фауны, находящимися под угрозой исчезновения, которая была оформлена в 1973 году как межправительственное соглашение под эгидой Международного союза охраны природы. Но, по мнению экспертов, даже в ООН международные стандарты в данной сфере сформированы не до конца, поэтому организации, выступающие в защиту животных, проводят кампанию по принятию Всеобщей декларации о благополучии животных ООН (UDAW). На сегодняшний день наиболее высоким стандартам в данной сфере отвечают Европейская конвенция о защите позвоночных животных, используемых для экспериментов или в иных научных целях, действующая в Европейском союзе с 1992 года, а также модельный закон СНГ «Об обращении с животными», принятый в 2007 году.

Охрана животных в белорусском законодательстве реализована частично. Есть законы, касающиеся охраны объектов дикого животного мира (Законы Республики Беларусь «О животном мире» от 10.07.2007 и «Об охране окружающей среды» от 26.11.1992), но

в отношении иных категорий животных присутствуют лишь нормы ответственности за жестокое обращение с ними. По сути, домашние, служебные и сельскохозяйственные животные остаются без правовой защиты, как, впрочем, и безнадзорные животные. Актов, сопоставимых с Европейской конвенцией либо модельным законом СНГ в нашей стране нет.

Попытки принять комплексный закон в Беларуси предпринимались неоднократно, но пока не привели к положительным результатам. Разработка законопроекта «Об обращении с животными» ведется с 2001 года, он четыре раза рассматривался на заседаниях парламента (в 2004-м, 2007-м, 2011-м и последний раз в мае 2015 года), но во всех случаях он был отозван из-за «несовпадения мнений ключевых заинтересованных сторон».

По мнению экспертов, данный законопроект не имеет ничего общего с европейскими законами о зоозащите. Фактически он направлен не на обеспечение гуманного отношения к животным, а лишь на регулирование вопросов их содержания с акцентом на запретительные меры (новые обязанности для владельцев животных, их ответственность, новые запреты и т. д.).

Таким образом, основная проблема состоит в том, что животные преимущественно существуют вне правового контекста, а если и попадают в зону юридических интересов, то только по причине того, что это имеет отношение к человеку. Согласно законодательству большинства стран (в том числе и Республики Беларусь) животные не являются субъектами права, и данный аспект не позволяет говорить о правах животных, а лишь о юридических обязанностях человека по отношению к «братьям меньшим». Этот подход не до конца верен, так как не учитывает моральный аспект взаимоотношений человека и животного мира. К слову, в некоторых европейских странах сейчас набирает силу движение сторонников концепции прав животных. И в ее поддержку хотелось бы отметить, что при принятии закона, который будет регулировать данную сферу правоотношений в нашей стране, речь должна идти не просто о защите определенных категорий животных, а о присвоении им особого правового статуса.

#### **Список использованных источников**

1. *Чаусов, Ю.* Правовое регулирование защиты животных в Беларуси: международные подходы и белорусская практика / Ю. Чаусов // Места под солнцем хватит всем! [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа:

[http://www.mesto-pod-solncem.org/2013/11/blog-post\\_27.html](http://www.mesto-pod-solncem.org/2013/11/blog-post_27.html). – Дата доступа: 05.03.2016.

2. Об обращении с животными: проект Закона Республики Беларусь / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3941&p0=2015095001>. – Дата доступа: 07.03.2016.

*К. В. Герман*

Научный руководитель – кандидат исторических наук  
доцент И. В. Гребенчук, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **К ВОПРОСУ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРАВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В современном цивилизованном обществе выборы являются процедурой, с помощью которой обеспечивается участие граждан в формировании представительных, законодательных, судебных и исполнительных органов государства. Выборы представляют собой своеобразный политический рынок. Претенденты на занятие определенных должностей и мест предлагают избирателям свои программы и обещания в обмен на властные полномочия, получаемые от избирателей. Поэтому выборы эффективны, когда в государстве действует избирательное право.

Любая система, в том числе и избирательная, имеет свои основополагающие принципы. И первым, с чем знакомит нас ст. 64 Конституции Республики Беларусь, является принцип всеобщего избирательного права. Он отражает условия участия в выборах, а также определяет возрастные избирательные цензы. Например, на сегодняшний день для того, чтобы стать правомочным избирателем, необходимо достичь совершеннолетия, то есть 18 лет. Считаем, что для принятия государственного решения этого недостаточно, так как из-за отсутствия жизненного опыта и осознанного представления политической картины в стране совокупный результат голосований может быть несколько искажен. Нельзя не отметить, что современному белорусскому обществу присуще такое явление, как абсентеизм – уклонение избирателей от участия в голосовании на выборах, уклонение от своих прямых электоральных функций. Иначе выражаясь, такой тип политического поведения личности, когда нежелание одного человека голосовать автоматически перекладывает ответст-

венность за выбор на плечи других граждан. Это имеет ряд своих последствий, поэтому принцип свободных выборов (ст. 65 Конституции РБ) необходимо сформулировать так, чтобы часть населения с пассивной гражданской позицией не пользовалась одобрением, более того, несла наказание в виде штрафа за неявку.

Возможность голосовать за пределами страны нужно также рассмотреть более тщательно, исключив избирательное право у граждан, постоянно проживающих за границей Республики Беларусь. Такое решение избавит избирательную систему от дополнительной нагрузки, а страну – от неверных и сомнительных ориентиров. Придя на участок, гражданин показывает паспорт или иной документ, получает бюллетень и оставляет автограф в списке избирателей. Казалось бы, стандартная процедура, но немало тех, кто сталкивался с ситуацией, когда личные данные в списке фактически отсутствовали. Складывается впечатление, что человека и не ждут вовсе. В веке информационных технологий эта оплошность недопустима, поэтому совместную работу исполкомов, служб ЖКХ, избирательных комиссий следует направить на развитие единой системы учета избирателей. Успешная реализация пассивного избирательного права обязывает кандидата обладать специальными навыками, иметь совокупные знания по комплексу правовых, психологических и экономических дисциплин. Из-за имеющихся дисбалансов в этой области требуется координация усилий со стороны государства и гражданского общества по популяризации искусства управления, формированию резерва управленческих кадров. Введение элементов пропорциональной избирательной системы поспособствует более полному учёту голосов избирателей и точнее отразит реальную политическую ситуацию в стране.

Исследуя теоретические и практические аспекты, обращаю внимание на несовершенство некоторых принципов формирования избирательной системы Республики Беларусь, которые нуждаются в принятии мер по корректировке и дополнению. Выявление пробелов в праве не только дополняет и исправляет неточности и недостатки законодательства, но и одновременно с их выявлением, позволяет глубже понять все стадии правоприменительного процесса в осуществлении выборов как правовой процедуры.

*О. А. Зиченко, Т. М. Давидовская*  
Научный руководитель – кандидат исторических наук  
доцент И. В. Гребенчук, БФ БГЭУ (г. Бобруйск)

## **ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В современном обществе, полном различных видов технологий, владеющими доступом к Интернету, очень легко получить доступ к информации, социальным сетям, аудио- и видеоматериалам.

В Республике Беларусь гражданам гарантируется право на получение, хранение и распространение полной, достоверной и своевременной информации по всем вопросам жизнедеятельности государства и общества. Конституционное право граждан на получение, хранение и распространение информации может быть ограничено только законом.

Свобода средств массовой информации гарантирована многими конституциями постсоветских стран, а право на свободное получение и распространение информации является одним из основных конституционных прав граждан. Например, ст. 5 Закона Республики Беларусь «О печати и других средствах массовой информации».

Правовое регулирование информационных отношений осуществляется на основе следующих принципов:

- установления ограничений распространения и (или) предоставления информации только законодательными актами Республики Беларусь;
- своевременности предоставления, объективности, полноты и достоверности информации;
- защиты информации о частной жизни физического лица и персональных данных;
- обеспечения безопасности личности, общества и государства при пользовании информацией и применении информационных технологий и другое.

Распространение «незаконной» информации карается Уголовным законом, а понятие «вредной информации» более расплывчато. Уголовным законом она не запрещена, но может ограничиваться другими законами, так как наносит вред интересам других лиц, особенно несовершеннолетних.

В зависимости от категории доступа информация делится на общедоступную информацию и распространение и предоставление которой ограничено.

Не могут быть ограничены доступ к информации, распространение и (или) предоставление информации:

- о правах, свободах, законных интересах и обязанностях физических лиц и юридических лиц и о порядке реализации прав, свобод и законных интересов;
- о деятельности государственных органов, общественных объединений;
- о правовом статусе государственных органов, за исключением информации, доступ к которой ограничен законодательными актами;
- о чрезвычайных ситуациях, экологической, гидрометеорологической, санитарно-эпидемиологической обстановке и иной информации;
- о состоянии здравоохранения, демографии, образования, культуры;
- о состоянии преступности, а также о фактах нарушения законности;
- о размерах золотого запаса;
- об обобщенных показателях по внешней задолженности и другое.

С 4 апреля 2016 г. в Кодексе об административных правонарушениях Республики Беларусь появится новая статья – штраф за хранение и распространение нелегализованных аудио- и видеоматериалов. Например, *если музыка была загружена легально, то включать ее на общественных мероприятиях можно, такое использование будет подпадать под определение свободного использования произведения*. Но вот если музыка была скачена с нелегального ресурса, то с 4 апреля могут оштрафовать по части 3 ст. 9.21 КоАП на сумму до 50 базовых величин. Если вы скачали сериал, пересматриваете, но не распространяете (не раздаете на торренте, не загружаете в социальные сети), что не является «хранение с целью распространения», и штраф за это налагаться не будет.

*В. В. Канишай*  
Научный руководитель – кандидат филологических наук  
доцент Л. Н. Луц, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ НА ПОЛИТИЧЕСКОЙ КАРТЕ МИРА КАК ОТРАЖЕНИЕ НОВОГО СОСТОЯНИЯ ГЕОПОЛИТИКИ**

В современный период мирового развития геополитическая ситуация развивается необычайно быстрыми темпами: происходит трансформация привычных отношений, нарастает напряженность в межгосударственных отношениях, часто возникающая непредсказуемость приводит к параличу принятия взвешенных решений. В диалектическом плане даже за десятилетие могут ощутимо измениться карты плотности населения, этнического состава, карты различных отраслей хозяйства. Однако наиболее «подвижными» являются изменения политические, связанные с возникновением или, наоборот, угасанием и распадом государств, изменения, отображаемые на политических картах. В XX в. наибольшие изменения на политической карте Европы были связаны с тремя эпохальными событиями: 1) Первой мировой войной, 2) Второй мировой войной и 3) распадом мировой социалистической системы. Динамика политической мысли по окончании Второй мировой войны отражала процессы деколонизации.

В результате эмпирического исследования выявлено, что за последние 115 лет произошли значительные количественные (территориальные) и качественные (политическое устройство) изменения на политической карте мира. Так, в 1901 г. в мире существовало 35 монархий. Шестеро правящих монархов (в России, Германии, Австро-Венгрии, Китае, Японии и Эфиопии), имели титул императоров, двадцать один – королей, пятеро – князей, один (Люксембург) – герцога, один (Турция) – султана, один (Ирана) – шаха. Республик насчитывалось всего 26. Уже в 1918 г. республик в мире становится на 30 % больше (39), т.к. распались Германская, Русская, Австро-Венгерская, Османская империи. На их территории образовались новые государства: Польша, Чехословакия, Королевство сербов, хорватов и словенцев (с 1929 г. – Югославия), Австрия, Венгрия, Финляндия, Литва, Латвия, Эстония. Количество монархий уменьшилось на

14 % (30). Тенденция к увеличению качественного показателя в отношении республиканского устройства после Второй мировой войны до настоящего времени не изменился. В 2015 г. в мире насчитывалось 30 монархий (16 % государств мира), 12 из которых расположены в Европе и Азии (Азия – единственный континент Земли, где сумели сохраниться абсолютные монархии – Катар, Бахрейн, Бруней, Оман, Саудовская Аравия, ОАЭ); 3 монархии (Марокко, Свазиленд, Лесото) лежат в пределах Африки; 1 тонга – в Океании. Количественные данные республик существенно увеличились – 164 (71 % государств мира).

Новая геополитическая картина современного мира отличается сложной системой мировых связей, которые во многом опровергают старые геополитические схемы прошлого. Сравнительный анализ ведущих стратегических центров свидетельствует, что геополитическая модель находится в сложном, переходном состоянии. Если ранее соперничающие центры силы стремились вовлечь в свою орбиту «третий мир», то постклассическая геополитика утратила интерес к периферии в количественном плане. Теперь очевидно, что на мировой арене возникает объемный субъект международных отношений – общность развивающихся стран. Тенденция новой геополитики – неуклонное сужение геополитической карты современного мира. А модернизация переходных обществ в начале XXI века принимает определенные организованные и типологические формы, что свидетельствует о включенности их в прогрессивные мировые процессы развития.

*М. И. Касабуцкая*

Научный руководитель – К. Ш. Меликидзе, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **СОВРЕМЕННАЯ ХОЛИЗМА И ТРАДИЦИОННЫЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ**

Проблема здоровья во все времена и эпохи была чрезвычайно актуальной. Всемирная организация здравоохранения под здоровьем понимает состояние полного физического, психического и социального благополучия человека.

Р. М. Баевский, определяет понятие «здоровье» следующим образом: здоровье это способность человека адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды, взаимодействуя с ними сво-

бно на основании своей биологической, психологической и социальной сущности. С учетом этого возникает необходимость перехода от охраны здоровья к его формированию или воспитанию [1].

Системы знаний и практических методик, позволяющих обеспечить формирование здоровья, мы понимаем как оздоровительные системы. Оздоровительные системы начали формироваться с момента зарождения человеческих цивилизаций и естественным образом входят в культуру человечества. Известные оздоровительные системы условно можно разделить на современные и традиционные.

Теоретическая предпосылка холизма (с английского переводится как целый, целостный) базируется на достижениях современного естествознания.

Главными препятствиями на пути к здоровью являются: потеря способности к восприятию реальности, информационные поля болезней и следы прошлых потрясений.

Обучение и психофизическая тренировка являются основными средствами воспитания способности к созданию собственного информационного поля здоровья. Для эффективного воспроизведения организма необходимы: рациональный режим дня, правильное питание и физические упражнения. В практику воспитания здоровья естественным образом вписываются традиционные оздоровительные системы.

«Йога» в переводе с санскрита означает «союз, соединение, связь, гармония», т. е. единение души человека с абсолютным духом или божеством, индивидуального сознания с космическим разумом; гармония полного физического здоровья и духовной красоты человека; совокупность методов, способствующих созданию единой, цельной личности; гармония трех начал человека: физического, умственно-эмоционального или психического, и духовного.

Восточные оздоровительные системы построены на основе даосизма. Основной задачей тех, кто следовал экспериментальному даосизму, являлось достижение личного бессмертия.

Народный мудрец Порфирий Иванов назвал свое учение о природном оздоровлении человека – «Детка». Это учение основывается на 12 рекомендациях – правилах обучения здоровью. Эти рекомендации хорошо согласуются с традиционными оздоровительными системами и холизмом и не несут ничего нового. В то же время используемые термины и понятия, отдельные представления являются упрощенными и наивными, расходятся с традиционными и научны-

ми. Многие последователи П. Иванова обожествляют его и грешат фанатизмом, что находится в диссонансе с поступательным развитием человеческой культуры.

Следует подчеркнуть, что во всех оздоровительных системах важное место отводится роли воспитателя здоровья, которым может быть высокообразованная личность, прошедшая свой собственный путь к здоровью.

#### **Список использованных источников**

1. *Баевский, Р. М.* Оценка адаптационных возможностей организма и риск развития заболеваний / Р. М. Баевский, А. П. Берсенева. – М.: «Медицина», 1997. – 235 с.

*А. Н. Кованев*

Научный руководитель – кандидат педагогических наук  
доцент В. Г. Сивицкий, БГУФК (Минск)

## **ЖЕНСКИЙ НЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СПОРТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В Древней Греции олимпийские игры были чисто мужским мероприятием. Устав этих игр категорически возбранял приходиться на олимпийский стадион женщинам. Нарушительниц этого запрета полагалось сбрасывать в пропасть со скалы. Исключение делалось лишь для жрицы богини плодородия Деметры, у которой на стадионе даже было персональное мраморное кресло. Дело в том, что олимпийские игры проводились осенью как праздник урожая.

Во времена А. С. Пушкина и М. Ю. Лермонтова в высшем свете эталоном были сильный мужчина и женщина (или девушка) «слабая здоровьем». Некоторые из девушек для соответствия этому эталону даже пили уксус, что вызывало бледность лица, а заодно и заболевание желудка. К. Маркс, отвечая на анкету дочерей, тоже не избежал влияния этих стереотипов, сказав, что главным признаком достоинства мужчины является сила, а женщины – слабость.

Сейчас в моде женщины спортивного типа, обладающие стройной фигурой и развитыми психомоторными качествами. Достижению такого идеала способствуют занятия физическими упражнениями [1].

В развитых странах количество женщин, занимающихся спортом, составляет 10–15 %, в Беларуси – только 1–3 %, в то время как общее число занимающихся спортом – около 10 %.

Главной целью людей, занимающихся массовым спортом, является укрепление здоровья, физическое и психическое развитие, проведение досуга [2]. На современном этапе развития общества частью массового спорта становится непрофессиональный спорт, так как это часть массового спорта, поэтому ему присущи характеристики любой из трех категорий спорта [3].

Непрофессиональный спорт набирает обороты в нашей стране. Создаются Республиканские и региональные Лиги по различным игровым видам спорта. Существуют Лиги по хоккею, баскетболу, футболу, волейболу, которые объединяют сотни непрофессиональных спортсменов. Не смотря на ряд трудностей, с которыми сталкиваются организаторы и участники непрофессиональных соревнований по игровым видам спорта, можно говорить о положительной тенденции в развитии непрофессионального (массового) спорта в Республике Беларусь.

Проблемой является то, что в Лигах по игровым видам спорта принимают участие исключительно мужские команды. Женских Лиг по игровым видам спорта в Беларуси не существует. Без привлечения женского пола к систематическим занятиям спортом, массовый спорт никогда не станет по-настоящему массовым.

Женщины являются частью трудовых ресурсов страны. Следовательно, необходимо привлекать максимальное количество женщин к систематическим занятиям спортом, так как они положительно влияют на здоровье человека.

Необходимо формировать устойчивую мотивацию к систематическим занятиям спортом. Одним из главных мотивов является наличие соревнований в ближайшей перспективе. Поэтому создание Женских Лиг по игровым видам спорта будет положительно влиять на формирование мотивации к занятиям спортом. Волейбол, баскетбол и футбол – виды спорта, по которым необходимо создавать Женские Лиги и проводить соревнования.

Создание Женских Лиг по игровым видам спорта является важным для развития массового спорта в Республике Беларусь и повышения качества трудовых ресурсов страны.

### Список использованных источников

1. Ильин, Е. П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2007. – 544 с.
2. Ильин, Е. П. Психология спорта / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2012. – 352 с.
3. Кованев, А. Н. Непрофессиональный спорт как социальное явление / А. Н. Кованев // Социально ориентированная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития: материалы X Респ. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и магистрантов, Бобруйск, 14 апр. 2015 г. / С. В. Селицкая (пред.) [и др.]. – Минск: РИВШ, 2015. – С. 95–96.

*В. Г. Кресс*

Научный руководитель – кандидат педагогических наук  
доцент Л. П. Павлова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТЬ КАК ПРОБЛЕМА XXI ВЕКА

В связи с появлением компьютеров и всемирной сети Интернет возникло новое понятие «Компьютерная и интернет-зависимость». Применение компьютеров в жизни общества затрагивает условия деятельности и жизни миллионов людей, особенно молодежи. Актуальность темы исследования обусловлена возрастающим разнообразием социальных сетей, которое привлекает современную молодежь.

В последнее время одной из основных форм проведения досуга молодежи стало времяпрепровождение в социальных сетях. По всемирной статистике, около 50 % населения состоят в какой-либо социальной сети, а некоторые даже в нескольких сразу. Социальные сети вызывают особый интерес у молодежи. Так, 96 % молодых людей общаются в социальных сетях. По мнению ученых, несколько лет назад зависимость от интернета составляла всего 26 %. Но с появлением в интернете социальных сетей этот показатель вырос в четыре раза.

Результаты анкетирования, проведенного в г. Бобруйске, показали, что среди студентов и учеников школ 40 % имеют диагноз «сетевых наркоманов». Наиболее популярными сетевыми порталами для опрошенной молодежи в городе Бобруйске оказались: «В контакте» – 94 %, «Одноклассники» – 90 %, «Мой мир» – 83 %, «Facebook» – 66 %, «MySpace» – 18 %, а также в рамках своего варианта ответа были названы такие сетевые коммуникации, как «ICQ», «Twitter», «Фотострана» и др.

Самый популярный вариант ответа, на вопрос «С какой целью вы проводите время в социальных сетях?» оказался «общение с одноклассниками, одноклассниками, друзьями и др.». Так ответило 80 % опрошенной молодежи, что доказывает нам еще раз наличие у современного поколения проблем с общением в реальном мире. Исходя из этого результата, следует отметить, что необходима профилактическая работа с подростками, молодыми людьми и их родителями как в средних общеобразовательных учреждениях, так и в вузах. Необходимость принятия каких-либо мер по профилактике интернет-зависимости среди молодежи подтверждает сам результат исследования: 93 % опрошенных молодых людей сами отметили тот факт, что социальные сети действительно постепенно затягивают, и время в них проходит незаметно.

Проведенное исследование позволило выявить следующие симптомы зависимости:

- навязчивое желание проверить свой почтовый ящик в интернете;
- постоянное ожидание следующего выхода в сеть;
- пристрастие к работе (играм, программированию или другим видам деятельности) и информационная перегрузка (то есть непреодолимая тяга поиска информации по WWW или веб-серфинг);
- нежелание отвлечься от работы или игры с компьютером;
- обращаться за помощью всякий раз, когда собственных усилий оказывается недостаточно и другие.

Компьютерной интернет-зависимости подвержены неуверенные в себе люди, испытывающие трудности в общении, неудовлетворенность, имеющие низкую самооценку, комплексы или от природы застенчивые. Компьютер (прежде всего игры и Интернет) дает им возможность уйти от реальности, реализовать свои желания, почувствовать себя значимым, сильным, вооруженным, испытать какие-то новые эмоции. В виртуальном мире можно поменять возраст, пол, имя, внешность и биографию. Усугубляя свое положение, человек начинает все больше времени тратить за компьютером, общаясь в чатах или играя. В редких случаях человек может смешать реальность и виртуальность.

*В. О. Лапицкая*  
Научный руководитель – А. Н. Гайшун, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ И ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ**

Создание ЕАЭС стало объективным следствием развития постсоветских государств в эпоху глобализации. Их «цивилизированный развод» в начале 90-х годов XX столетия привел к угрозе потери национальной идентичности. Как заметил в своем интересном исследовании Т. Д. Тулешов, «основная характерная черта современности – главенствующая роль взаимосвязей и взаимозависимостей между странами, народами, экономическими системами, что, собственно, и есть глобализация. Ее вектор, ее суть и ее процесс – приведение к общему экономическому знаменателю всех ранее самостоятельных рынков, включение их в общий глобальный рынок, в одну суперсистему разделения труда, а итог – единый мировой рынок, экомасса» [3, с. 15].

В связи с этим для региональных стран очень важно определить пути сохранения национальной государственности. Что касается интеграционных мотивов постсоветских республик, то главными для них являются экономическая и военная безопасность. Экономикотехнологическая основа является важнейшей предпосылкой интеграционных процессов в евразийском пространстве. И они определенно могут быть глобализированы.

Между тем, нынешний экономический кризис проявил и проблемы Евразийского экономического союза, в большой степени касающиеся частого несовпадения экономических интересов стран-участниц. В этом смысле интересна работа белорусского исследователя А. Сверлова и его коллеги из Армении А. Маргаряна, которые провели анализ предпосылок развития экономического сотрудничества республик в рамках интеграционного проекта. По их мнению, «формирование ЕАЭС не идентифицируется с автоматическим решением существенных вопросов развития хозяйственных отношений предприятий стран-участниц» [2, с. 49]. В большей степени это касается сельхозпроизводителей Армении и Беларуси, которые достаточно остро конкурируют на российском рынке. Подчеркивается также и неоднозначное влияние вступления Армении в ЕАЭС на измене-

ние межотраслевых связей в промышленном комплексе Беларуси. Поэтому, делают вывод экономисты-аналитики, в оценке последствий присоединения новых государств к евразийскому экономическому проекту на первом месте должен стоять сравнительный анализ промышленного потенциала всех участников ЕАЭС, структуры их ВВП.

Важным условием успешной евразийской экономической интеграции является внедрение в производства инновационных технологий. Известный российский экономист-аналитик Р.Гринберг полагает, что «странам участникам интеграционных проектов предстоит уделить особое внимание согласованию национальных приоритетов в научно-технической сфере, а также формированию технологических коридоров, в которых глобальная конкурентоспособность отдельных выбранных секторов экономики будет достигаться преимущественно за счет технологий, разработанных внутри интеграционного пространства» [1, с. 23].

Экономические потрясения 2014–2016 годов делают необходимым поиск внутренних ресурсов для преодоления возникших негативных явлений (кстати, в Беларуси на правительственном уровне это объявлено приоритетом), поэтому важное значение имеет формирование в ЕАЭС и общего капитала.

Нельзя не отметить, что для Республики Беларусь участие в ЕАЭС представляется возможностью укрепления связей с традиционными экономическими партнерами. Вывод: основой тесного сотрудничества постсоветских стран в ЕАЭС может быть общее признание их экономических, военных, социально-политических и национально-культурных интересов.

#### **Список использованных источников**

1. *Гринберг, Р. С.* Шансы и риски Евразийского союза / Р. С. Гринберг // Экономика Беларуси. – № 4. – 2014. – С. 19–23.
2. *Маргарян, А.* Предпосылки развития экономического сотрудничества Армении и Беларуси в рамках ЕАЭС / А. Маргарян, А. Сверлов // Экономический бюллетень. – № 1. – 2016. – С. 44–50.
3. *Тулешов, Т. Д.* Евразийская интеграция. Построение будущего / Т. Д. Тулешов. – М.: Изд. Вольного экономического общества России, 2013. – 244 с.

*С. А. Ломаченко*

Научный руководитель – кандидат педагогических наук  
доцент С. В. Селицкая, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **КОНЦЕПЦИЯ СЧАСТЬЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Понимание счастья является одним из коренных вопросов человеческого существования. Античные мыслители (Платон, Аристотель), философы Нового времени (Дж. Локк, Б. Спиноза, А. Шопенгауэр, Ф. Ницше) исследовали не только проблему счастья, но и пути его достижения. Психологи (Э. Торндайк, Дж. Уотсон, Э. Динер, М. Аргайл, У. Шелдон, М. Селигман, С. Любомирски и др.) определили степень влияния уровня счастья на психические процессы мозга, выделили принципы счастливой жизни и проанализировали факторы, влияющие на уровень счастья. Проблема факторов счастья особо актуальна в экономике при определении приоритетов развития и в последнее время обращает на себя внимание не только экономистов, но и политиков, которых волнует социально-экономическое развитие своих стран и удовлетворенность жизнью своих граждан.

Как показали исследования, проведенные в разных странах, всё большее количество людей склоняется к мысли, что отдельно взятый ВВП не является универсальным показателем развития общества, так как не учитывает такие факторы, как продолжительность жизни, уровень образования, неравенство (1,5 млрд людей живут за чертой бедности) и др.. Поэтому возникло предположение измерять уровень развития страны (в разрезе счастья) другими показателями, среди которых Индекс Устойчивого Экономического развития, Индекс человеческого развития, Всемирный индекс счастья. Первые места в различных индексах счастья часто занимают социально ориентированные страны (Норвегия, Швеция, Финляндия, Швейцария).

Однако поиск универсального общемирового индекса, с помощью которого можно было бы измерить уровень счастья в стране, пока не дал достоверных результатов, позволяющих отойти от ВВП как универсального показателя развития общества.

Для нашего исследования стал интересен опыт небольшого государства Бутан. Это первая страна, провозгласившая, что развитие государства будет определяться уровнем счастья его жителей. Экономические реформы и политическое планирование проводятся здесь

ради счастья своих граждан. Бутан уже может похвастаться своими достижениями. Оставаясь довольно бедным государством, он располагается в первых десятках международных рейтингов счастья, доказывая всему мировому сообществу, что счастье гораздо важнее материального благополучия и потребления.

Нами было проведено исследование, цель которого – определить наиболее значимые компоненты счастья студентов БФ БГЭУ. В исследовании приняло участие 60 респондентов 1–4 курсов, которым была предложена анкета, содержащая 15 возможных компонентов счастья. Для оценки результатов анкетирования использовался бальный метод. Среди значимых компонентов студенты выделили социальные компоненты счастья: здоровье, любовь, счастливая семья, деньги, положительные эмоции.

#### **Список использованных источников**

1. *Синицына, Е.* Индексы счастья: как измерить неизмеримое / Е. Синицына // Лаборатория социальных инноваций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/1/view/90/>. – Дата доступа: 22.02.2016.

2. *Румянцева, Е. Е.* Экономика счастья / Е. Е. Румянцева – М.: ИНФА-М, 2010.

*А. В. Матусевич*

Научный руководитель – А. Н. Гайшун, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ИЗ ИСТОРИИ БОБРУЙСКОГО СОПРОТИВЛЕНИЯ В ГОДЫ ОККУПАЦИИ (1941–1944 гг.). ГРУППА Д. М. ЛЕМЕШОНКА**

Тема Великой Отечественной войны не теряет свою актуальность. Более всего внимание современных историков обращено на роль советского народа в разгроме гитлеровской Германии.

Бобруйск был оккупирован немцами 28 июня 1941 года. Как и в других населенных пунктах, гитлеровцы устанавливали здесь так называемый «новый порядок» – режим насилия и террора. По имеющимся данным, оккупанты в городе на Березине и его окрестностях уничтожили до 40 тысяч гражданского населения и столько же военнопленных. Такой факт: в канун годовщины Октябрьской революции в 1941 году было расстреляно и сожжено 7 тысяч военнопленных

в крепости. Горожане, переполненные ненавистью к фашистам, сразу же встали на путь вооруженной борьбы с оккупантами. В книге «Памяць» содержатся сведения, что бобруйское подполье начало действовать в августе 1941 года [3, с. 376]. Организационно же подполье стало формироваться в июле-августе 1941 года. В начале сентября на квартире А. М. Смольниковой в доме № 45 на улице Социалистической собрались представители созданных к этому времени подпольных групп для организации подпольного партийного комитета. Противостояли подпольщикам разведывательные и карательные органы третьего рейха: абвер-группы №№107, 307, 308, 315 (отделение группы «Мельдекопф»), 325, 1В и абвер-группа 152–4, зондер-штаб «Р», особая команда 7а, опергруппа 8, полиция безопасности, СД (служба безопасности), ГФП (тайная полевая полиция) [1, с. 29].

Группа Даниила Моисеевича Лемешонка стала действовать в конце июля – начале августа 1941 года. В хранящихся в архивном фонде Бобруйского краеведческого музея воспоминаниях Д. М. Лемешонка указывается, что к сентябрю 1941 года подпольщики определили главной целью своей деятельности развертывание партизанского движения, ведение разведки, совершение диверсионных актов [2].

Руководитель группы проживал на конспиративных квартирах, вначале семьи Черновых, а потом Улиты Максимовны Гетман. В состав группы входило 27 патриотов и действовала она по апрель 1942 года. После выхода большей части членов бобруйского подполья в брожские леса для формирования партизанских отрядов (январь 1942 года) Лемешонк возглавил Бобруйский комитет партизанского движения, который фактически выполнял функции подпольного райкома большевистской партии.

В начале апреля 1942 года штаб был предан агентом гитлеровских спецслужб Жоржем Фатом. В схватке с врагом погиб Валентин Буторев, позже последовали аресты подпольщиков, в том числе из группы Лемешонка. Организатор подполья ушел в кличевские леса, а спустя некоторое время возглавил военный отдел Кличевского подпольного райкома партии.

В сентябре 1942 года Лемешонка утвердили секретарем Бобруйского подпольного райкома партии, члены которого находились в 752-м партизанском отряде. Позже из этого формирования была образована 1-я Бобруйская партизанская бригада. С частями Красной Армии она соединилась 29 ноября 1943 года.

История бобруйского подполья – это яркая страница всенародной борьбы с немецко-фашистскими оккупантами. Подвиг наших предков не померкнет в веках.

#### **Список использованных источников**

1. *Бобков, А. С.* Пламя борьбы в тылу врага / А. С. Бобков. – Бобруйск: УП «ИИЦ» ОАО «ФандОК», 2014. – 167 с.
2. Личное дело Лемешонка Д. М. Архивный фонд Бобруйского краеведческого музея.
3. Памяць. – Бабруйск. – Мінск: «Вышэйшая школа», 1995. – 765 с.

*А. М. Нехлебова*

Научный руководитель – кандидат педагогических наук  
доцент Л. П. Павлова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ФОРМИРОВАНИЕ И СТАНОВЛЕНИЕ САМОБЫТНОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ БЕЛАРУСИ**

Формирование и становление самобытной культуры Беларуси происходило на протяжении столетий. В ней заключены колоссальные духовные богатства, отражающие нравственное, эстетическое, интеллектуальное бытие белорусского народа.

Национальная культура белорусов уходит своими корнями в глубокую древность. Еще с давних времен здесь существовали оригинальные архитектурные и художественные школы, создавались неповторимые музыкальные и литературные произведения. Беларусь владеет значительным историко-культурным потенциалом, представленным объектами архитектуры, искусства, музейными коллекциями. Сохранившиеся до наших дней шедевры белорусского искусства находятся под защитой государства. Они хранятся в коллекциях крупнейших белорусских музеев, частных коллекциях, собраниях библиотек. Наиболее значимые материальные ценности включены в Государственный список историко-культурных ценностей Беларуси. Классика белорусской музыки и драматургии демонстрируется на театральных подмостках и в концертных залах, не только республики, но и за рубежом.

Современная культурная жизнь Беларуси динамична и разнообразна. В стране проходит множество художественных выставок, музыкальных, театральных и кинематографических фестивалей.

В 1991 г. в целях возрождения и создания благоприятных условий для развития белорусской культуры, сохранения ее самобытности и целостности принят Закон Республики Беларусь «О культуре в Республике Беларусь» (№ 832-ХІІ), создавший правовую основу проводимой в стране политики развития культуры.

Закон о культуре регулировал общественные отношения по установлению организационно-правовых и экономических гарантий создания, сохранения, распространения и популяризации произведений материальной и духовной культуры, по сохранению и передаче культурных традиций, по охране исторических и культурных ценностей в целях возрождения и развития белорусской национальной культуры и культур национальных меньшинств Беларуси, формирования культурной среды.

Первым законодательным документом о культуре в республике закреплялся широкий спектр обязанностей государства в области культуры: обеспечение развития культуры и ответственность за духовное, моральное и эстетическое воспитание граждан; совершенствование социальных, организационно-правовых и экономических гарантий развития культуры и искусства и создание необходимых условий для доступности граждан к национальному и мировому культурному наследию; создание гарантий и стимулов художественного творчества; сбережение традиционной культуры; выделение необходимых материальных и финансовых средств на развитие культуры и др.

Согласно закону государством устанавливалась гарантированная доля бюджетных средств на развитие культуры и искусства. По этому закону белорусская культура развивалась до июня 2004 г., когда стабилизация экономики, важность задач социально-экономического развития страны вызвали необходимость внесения изменений и дополнений в данный закон и принятие его в новой редакции. В закон неоднократно вносились изменения и дополнения (последнее обновление – в 2014 г.).

Национальная культура с точки зрения государственной политики является неотъемлемым слагаемым суверенитета страны. Без развитой духовной культуры нет государства. Культура формирует дух нации.

*С. Д. Никонович*  
Научный руководитель – кандидат педагогических наук  
доцент Л. П. Павлова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ЗАВИСИМОСТЬ ОТ АЗАРТНЫХ ИГР И ЕЕ НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ЖИЗНЬ МОЛОДЕЖИ**

Чаще всего вредная привычка, что кажется совсем безобидной, заключает в себе самую большую опасность. К одной из таких привычек можно отнести азартные игры, например, игровые автоматы, казино, онлайн-игры, карты, букмекерские конторы и другие виды развлечений, созданные с целью скоротать досуг и при этом вызвать у человека азарт. В Беларуси насчитывается несколько десятков казино, доход от игорного бизнеса каждый год составляет несколько миллионов долларов.

Зависимость от азартных игр развивается стремительно из-за разнообразия игровой индустрии и вовлекает в свои ряды людей разной возрастной категории. По внешним признакам человека, что начинает попадать в зависимость от азартных игр, определить тяжело да и самому игроку долгое время его увлечение кажется совсем безобидным занятием. Ничего плохого в развлечениях, которые помогут скоротать свое незанятое время, нет – этим и опасна игровая зависимость, которая незаметно вовлекает в свой круг. Каждый игрок получает психическое воздействие на мозг. Процессы, что происходят в мозге, вырабатывают адреналин, который доставляет игроку чувство эйфории, и желание повторить это удовольствие подсознательно толкает на новый этап развлечения. Ощущение от игры можно сравнить с приемом алкоголя. Постепенно человек пытается этими чувствами перебить полученный стресс на работе или снять напряжение после тяжелого дня, тем самым отдаляясь от отношений с близкими людьми.

Любая зависимость определяется как бегство от реальности, которое происходит с помощью изменения психического состояния, а вот изменяется оно под воздействием употребляемых химических веществ (алкоголь, наркотики и т. д.) или фиксации внимания на одних и тех же действиях или предметах. Главное правило при зависимости – получить эмоции.

Игроман – это больной, имеющий зависимость. По мере набирания игрового опыта доза для получения удовольствия тоже уве-

личивается. Социальная деградация личности происходит во всех стадиях, которые проходят алкоголики или наркоманы. Желание играть снова и снова побеждает даже чувство родственности, и чаще всего такие люди проигрывают в своей жизни все, даже семью. Зависимость от азартных игр может быть страшнее алкогольной или кокаиновой. Степень, когда игрок теряет все, часто достигается уже на третьем году зависимости, в то время как, к примеру, алкоголику потребуется 10–15 лет.

Чаще всего в такую зависимость попадают люди, которые имеют провоцирующие факторы: низкую самооценку (убеждение, что только этот метод поможет завоевать уважение окружающих); стресс и другие причины, которые заставляют некоторых людей скрыться от существующих проблем в игре, где все ненастья отходят на второй план

Отношение членов семьи к играм имеет большое значение в воспитании ребенка, из которого может получиться игроман. Тяжело, а иногда и невозможно, переубедить человека, что азартные игры – это плохо, когда он с детства видел, как кто-либо из семьи демонстрировал приятное времяпрепровождение за играми. Особенно тяжелы случаи, когда постоянно обсуждается тема денег и как легко их добиться за счет выигрыша. Появившиеся в последнее время азартные онлайн-игры привлекают в ряды своих поклонников все большее количество людей. Анонимность и доступность выполняют большую роль. Человек может скрыться не только от посторонних, но и от близких ему людей, которые не одобряют его поведения. Зависимость, что возникает от увлечения азартными играми, настолько сильна, что даже при большом желании без посторонней помощи человек не может от нее избавиться.

*Д. О. Сикорская, А. Д. Кравченко*

Научный руководитель – кандидат педагогических наук  
доцент С. В. Селицкая, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **АДАПТАЦИЯ ПЕРВОКУРСНИКОВ К ОСОБЕННОСТЯМ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ**

В комплексной междисциплинарной проблеме адаптации человека к условиям жизни и деятельности, общепсихологический аспект является одним из наиболее актуальных. Теоретические и экс-

периментальные исследования ученых Б. Г. Ананьева, П. К. Анохина и других показали, что психика человека – наиболее совершенный инструмент его приспособления к постоянно меняющимся условиям. Интересен подход Г. П. Шолоховой, которая определяет адаптацию как многогранный процесс активизации социальных и биологических резервов молодых людей, находящихся в стадии развития и становления, и в этой связи требующий повышенного внимания преподавателя к первокурсникам, необходимости их психолого-педагогического сопровождения в условиях высшей школы [1].

В своем исследовании мы рассматриваем адаптацию в контексте социализации личности, процесса, который позволяет человеку занять своё место в обществе, продвигаясь от асоциального состояния новорождённого к жизни в качестве полноценного члена общества. Социальная адаптация предполагает активное приспособление индивида к условиям социальной среды. И. Ю. Мильковская выделяет три блока факторов, оказывающих влияние на адаптацию к обучению в высшем учебном заведении: психологические, социологические, педагогические. К социологическим факторам относятся возраст студента, его социальное происхождение и тип образовательного учреждения, которое он уже закончил. Психологический блок содержит индивидуально-психологические, социально-психологические факторы: интеллект, направленность, личностный адаптационный потенциал, положение в группе. Педагогический блок факторов влияния на адаптацию включает в себя уровень педагогического мастерства, организацию среды, материально-техническую базу. Также научная литература предлагает для рассмотрения следующие виды адаптации: дезадаптация – это приспособление общества к интересам людей, которое создает условия для более глубокой адаптации личности и ее самореализации; пассивная адаптация подразумевает то, что индивид принимает нормы и ценности, по принципу «Я – как все», но не стремится что-либо изменить, даже если это в его силах; активная адаптация – это способ успешной социализации в целом.

Целью нашего исследования явилось выявление особенностей социальной адаптации студентов-первокурсников Бобруйского филиала Белорусского государственного экономического университета. Студентам были предложены вопросы, которые позволили нам определить уровень активной, пассивной адаптации, а также дезадаптацию. Анализ результатов показал, что среди студентов первого курса успели адаптироваться – 62 % студентов (22 человека),

попали в зону неопределенности – 18 % (6 человек). Низкие показатели адаптированности (дезадаптация) у 20 % студентов (7 человек). Анализ данных анкет позволил выявить основные проблемы адаптации первокурсников к обучению в вузе: недостаточный уровень базы школьных знаний для обучения в высшей школе; неумение распределять свое время и силы, работать с большим объемом новой информации; отсутствие навыков самостоятельной работы с научной и учебной литературой; неготовность к выполнению высоких требований преподавателей, а также отсутствие у некоторых студентов трудолюбия, силы воли, желания учиться.

#### **Список использованных источников**

1. Шолохова, Г. П. Адаптация первокурсников к условиям обучения в ВУЗе и её психолого-педагогические особенности / Г. П. Шолохова // Вестник ОГУ. – № 3. – 2014. – 5 с.
2. Аверин, В. А. Психология личности / В. А. Аверин. – М.: Речь, 2010. – 118 с.

*Н. И. Нестеренко, Н. Л. Шидловская*

Научный руководитель – кандидат педагогических наук,  
доцент С. В. Селицкая, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ВОСПРИЯТИЕ ЧЕЛОВЕКОМ ЦВЕТА**

Сейчас уже сложно представить каким бы был наш мир, если бы в нем не существовало цвета? Цвет может повлиять на принятие решения, изменить реакцию и даже стать причиной физиологического недомогания (под воздействием определённого цвета может подняться давление или пропасть/повыситься аппетит). Понятие «цвет» связано со способностью глаза различать цвета. Цвет, вызывая определенные зрительные ощущения, посылает сигналы, на которые человек непроизвольно реагирует. Исследуя цвет с точки зрения психологии, нам было важно определить, как человек воспринимает цвет и какие факторы влияют на его восприятие.

Психологическое воздействие цвета разнообразно. Различают прямое воздействие, способное вызвать у человека ощущение тепла или холода, чувство печали или веселья и т. п., вторичное воздействие, связанное с субъективными или объективными ассоциациями, возникающими от воздействия цвета [1, с. 185]. Ученые определили, что при теплом цветовом окружении увеличивается работоспособность, но снижается слухо-

вая чувствительность и затрудняется перенесение высоких температур. Относительно физиологически нейтральными названы цвета середины спектра (зеленые, желто-зеленые) и светлые ахроматические (серые), занимающие промежуточное положение между группами холодных и теплых цветов. Не менее важную роль в психофизиологическом воздействии цвета имеет его насыщенность и светлота. Темные насыщенные цвета ассоциируются с тяжестью, вызывают цветовое утомление, а светлые – ощущение легкости, света, повышают работоспособность. Воздействие отдельного цвета тем сильнее, чем больше занимаемая им поверхность, чем он ярче и насыщенней. Цвет также способен иллюзорно расширять окружающее пространство, зрительно увеличивать пропорции и размеры предметов, глубину пространства и перспективу.

Вторичное воздействие цвета очень спорно и может меняться в зависимости от индивидуальных особенностей человека. Однако есть группа относительно общих впечатлений, появляющихся вследствие эффективных и субъективных ассоциаций. Психологи определили, что есть нечто общее в психологических, эмоциональных и других реакциях человека на цвет, так как люди, как правило, соотносят цвета с ранее видимыми объектами и восприятие цвета происходит на основе ассоциаций и объясняет, что каждый человек подсознательно отдает предпочтение одним цветам, избегая других [1, с. 190].

Цвет также может выступать как средство коммуникации, общения – язык цвета одежды, интерьера, букета и др. Знанием психологии цвета пользуются специалисты в создании рекламы товара. Так, красный, желтый, оранжевый цвета визуально приближают предмет, увеличивая его объем и как бы «подогревая» его. Голубой, синий, фиолетовый, черный – визуально отдалают объект, уменьшают и «охлаждают» его.

Цвет в рекламе должен выполнять следующие функции: привлекать внимание к товару; придавать привлекательность товару; подчеркивать или выделять товарный знак; возбуждать желание приобрести товар; показывать рекламируемый предмет с новой точки зрения; придавать рекламному плакату качество произведения живописи. При изменении цветовой среды появляется возможность управлять поведением человека. Человек, обладая совершеннейшей системой цветовосприятия, разработал различные способы использования цветов для личных и профессиональных нужд, развлечения.

#### **Список использованных источников**

1. *Базыма, Б. А.* Психология цвета. Теория и практика / Б. А. Базыма // Психологический практикум. – М.: Речь, 2011. – 218 с.

## СЕКЦИЯ 5

---

---

# МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

*В. А. Бартош, Е. П. Слабодник*

Научный руководитель – кандидат экономических наук  
доцент Т. А. Ермакова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНФОРМАТИКА И КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Информационные технологии стремительно проникают во все сферы деятельности человека, будь то экономика, здравоохранение или наука. Статистика показывает, что популярностью среди работодателей пользуется едва ли не каждая профессия в области ИТ и телекоммуникаций.

В данный момент российская и белорусская экономика испытывают дефицит высококвалифицированных ИТ-кадров. Потребность в них уже несколько лет превышает возможности выпуска профильных образовательных учреждений, «перетягивая» кадры из других отраслей экономики.

Ключевым критерием при оценке ИТ-рынка являются заработная плата и ставки специалистов.

Уровень заработной платы в Беларуси в секторе ИТ превышает средний уровень зарплат в стране в 3–4 раза. Тем не менее, в сравнении со многими государствами-экспортерами ИТ-услуг заработная плата белорусских ИТ-специалистов является довольно низкой.

Информатика играет важную роль в экономической науке, что привело к выделению отдельного направления развития – экономическая информатика.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования экономическая информатика – специальность, предметной областью которой является использование информационных техно-

логий в экономической, управленческой деятельности в организациях различных форм собственности.

Актуальность данной специальности заключается в следующем: это одна из самых перспективных и востребованных специальностей. К тому же данная специальность является универсальной. Специалист «экономист-информатик» может работать и в области информатики, и в области экономики.

В данной специальности можно отметить ряд плюсов. Это востребованность на рынке труда, перспективы, высокая заработная плата и другое. Среди недостатков данной специальности следует выделить, что эта профессия требует огромной концентрации внимания, терпимости, длительной работы за компьютером, что представляет угрозу для зрения и осанки.

В связи со стремительным ростом Парка высоких технологий экономисты-информатики пользуются высоким спросом в фирмах оффшорного программирования. Значителен спрос на экономистов-информатиков и со стороны банков, средних и крупных фирм с высоким уровнем информатизации бизнес-процессов. В Беларуси достаточно вузов и лабораторий, которые готовят таких широкопрофильных специалистов.

Логическим продолжением подготовки в области экономической информатики являются специальности магистратуры «Математические и инструментальные методы экономики», «Менеджмент информационных технологий». Для получения дополнительных навыков, знаний можно пройти обучение на специальных курсах.

Таким образом, учитывая главную угрозу, стоящую перед ИТ-отраслью, – острый кадровый дефицит – государство реализует комплекс мер, позволяющих увеличить количество специалистов в области информационных технологий на рынке труда и повысить качество их подготовки.

#### **Список использованных источников**

1. Востребованность профессий [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: [www.kp.ru/guide/vostrebovannost.html](http://www.kp.ru/guide/vostrebovannost.html). – Дата доступа: 04.02.2016.

2. Кадровая политика в ИТ-подразделениях организаций [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: [www.cfin.ru/management/people/dev\\_val.shtml](http://www.cfin.ru/management/people/dev_val.shtml). – Дата доступа: 04.02.2016.

## **РАЗРАБОТКА В СИСТЕМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2» ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДОМАШНЕЙ БУХГАЛТЕРИИ**

Нередко можно услышать о том, что экономить не следует – лучше найти возможность больше зарабатывать. В этом, конечно, есть смысл, однако еще Цицерон говорил: «Бережливость – важный источник благосостояния», а Томас Фуллер назвал бережливость философским камнем.

Проблема управления личным бюджетом является актуальной для каждого человека. Мы постоянно совершаем различные покупки, берём деньги в долг, храним сбережения. Грамотно распоряжающийся своим бюджетом человек постоянно следит за тем, сколько денег у него есть, рассчитывает, сколько денег ему нужно потратить, и принимает решения, где он может сэкономить и от чего он может вообще отказаться.

В данной работе разработана информационная система ведения домашней бухгалтерии в системе «1С: Предприятие 8.2». Домашняя бухгалтерия предназначена для ведения учета личных и домашних финансов, ведения семейного бюджета. Основная задача ведения домашней бухгалтерии – это определение оптимального баланса доходов и расходов с целью экономии и рационального распределения имеющихся денежных средств.

Из чего же складывается личный бюджет, и какие основные составляющие входят в его состав? Существование любого бюджета возможно только при наличии двух самых главных его составляющих – доход и расход, которые неразрывно связаны между собой. Смысл формирования и ведения личного бюджета заключается в том, чтобы найти оптимальное соотношение между этими двумя составляющими. Доход – денежные средства или материальные ценности, полученные государством, физическим или юридическим лицом в результате какой-либо деятельности за определённый период времени [1]. Расход – затраты, уменьшение экономических выгод в результате выбытия денежных средств, иного имущества [1].

Еще один важный элемент личного бюджета – это его статья. Смысл бюджетной статьи заключается в том, что она характеризу-

ет то или иное направление денежного потока. Статьи бывают двух видов: статьи доходов и статьи расходов. Статьи доходов отражают поступление денежных средств в личный бюджет, а статьи расходов – направления расходования имеющихся денежных средств [2]. Для удобства планирования иногда бывает целесообразно разбивать ту или иную бюджетную статью на несколько подчиненных статей. Например, статья «Обязательные платежи» может складываться из таких статей: «Квартплата», «Кредит», «Связь» и т. п. [3].

Таким образом, в конфигурации были созданы статьи доходов и расходов, по которым будут прослеживаться поступления денежных средств в бюджет и направления их расходования.

Разработанная конфигурация позволит выполнять подготовку, заполнение, проверку и распечатку документов; осуществлять анализ доходов и расходов денежных средств на основе сформированных отчетов в различных разрезах за различные периоды; планировать свой или домашний бюджет.

#### **Список использованных источников**

1. Новый экономический словарь / под редакцией А. Н. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 2006. – 1088 с.

2. *Райзберг, Б. А.* Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М.: Инфра-М, 2007. – 495 с.

3. *Гладкий, А. А.* Домашняя бухгалтерия и личные финансы на компьютере / А. А. Гладкий. – СПб.: Питер, 2014. – 140 с.

*А. А. Борисюк*

Научный руководитель – Т. В. Малинина, БФ БГЭУ (Бобруйск)

### **РАЗРАБОТКА В СИСТЕМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ» ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕНДЕРОВ**

Вопрос о том, как выбрать оптимального поставщика товаров или услуг для своей компании, волнует абсолютно каждого руководителя. При большом объеме закупки даже небольшая разница в цене у поставщиков для покупателя превращается в существенную экономию. Во-вторых, необходим выбор поставщика, предложение которого соответствует всем требованиям компании.

Одним из способов выбора оптимального поставщика является проведение тендера – формы отбора предложений от продавцов по заранее прописанным в документах условиям и в оговоренные сроки.

В Беларуси проведение тендеров чаще всего связано с работой бюджетных организаций и организаций с большой долей бюджетных средств. Необходимость проведения тендеров в государственных организациях связана, прежде всего, с требованием наиболее эффективно тратить бюджетные средства. Считается, что именно такая форма отбора предложений обеспечивает наиболее справедливый и честный выбор, дает необходимые гарантии продавцу и покупателю.

В данной работе представлен проект по созданию информационной системы поддержки проведения такого вида тендеров, как процедура запроса ценовых предложений. В разработанной системе будут реализованы все функции процесса, его входные и выходные документы, методики хранения и обработки информации.

Использование разработанной в данном проекте системы позволит описывать объявленные тендеры и требования к включенным в них лотам, принимать поступающие предложения по каждому тендеру и регистрировать их в разрезе лотов, отбирать участников и победителя тендера по каждому лоту, вести базу данных контрагентов и отслеживать динамику их побед.

Интерфейс рабочего стола конфигурации представлен на рисунке 1.

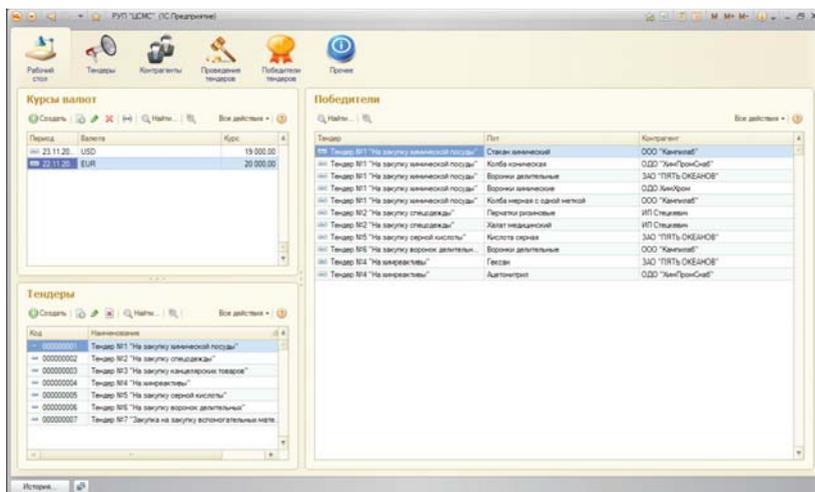


Рис. 1. Интерфейс рабочего стола разработанной конфигурации

Таким образом, в разработанной конфигурации созданы объекты, достаточно точно отражающие процесс проведения процедуры запроса ценовых предложений в соответствии с законодательством, что облегчит процесс проведения и учета тендеров в организации.

#### **Список использованных источников**

1. *Шелег, Н. С.* Учебно-методический комплекс по дисциплине «Тендерные Торги» / Н. С. Шелег. – Минск: БГЭУ, 2015.
2. Закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 г. № 419-З «О государственных закупках товаров (работ, услуг)».
3. 1С: Предприятие 8.2. Руководство разработчика прикладных решений. – М.: 1С–Паблишинг, 2009.

*А. С. Букина, Д. С. Чертко*

Научный руководитель – А. Т. Сазонова, ГрГУ (Гродно)

## **СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ В МАРКЕТИНГЕ (НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «БИОКОМ ТЕХНОЛОГИЯ»)**

Ситуационный анализ является комплексным изучением производственно-коммерческой деятельности предприятия и его внешней среды по состоянию на конкретный момент времени. Качественно проведенный ситуационный анализ позволяет руководству предприятия реалистично взглянуть на истинное положение вещей на предприятии, увидеть новые, наиболее перспективные направления развития основной хозяйственной деятельности, в том числе составить перспективный бизнес-план, маркетинговый план или стратегическую маркетинговую программу.

ООО «Биоком Технологии» – это инновационное быстро развивающееся и растущее предприятие, которое занимается автоматизацией молочно-товарных ферм и трудоемких процессов в животноводстве, обеспечивает техническое и технологическое обслуживание сельскохозяйственных организаций, производит самое современное и технически совершенное оборудование мирового значения. В начале 2015 года запустили производство еще одного нового продукта – уличных тренажеров. Сейчас производится 11 видов уличных тренажеров и закладная для них.

Производство уличных тренажеров является новым для предприятия ООО «Биоком Технологии». Поэтому самой главной про-

блемой стало внедрение продукта на рынок. Тренажеры не являются основным видом производства, поэтому предприятию необходимо провести анализ конкурентной среды, уровень цен, анализ целевой аудитории.

В исследовании использовались следующие методы: методы экспертных оценок можно разделить на две группы: методы получения индивидуального мнения членов экспертной группы и методы коллективной работы экспертной группы, метод «Дельфи» представляет собой итеративную процедуру анкетного опроса. Также была изучена нормативно-правовая база Республики Беларусь, которая регулирует данную сферу (Закон Республики Беларусь «О физической культуре и спорте» от 4 января 2014 г. № 125-З, государственная программа физической культуры и спорта в Республике Беларусь на 2011–2015 годы) и статистические издания Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Исходя из вышеуказанного, можно внести следующее предложение по внедрению на рынок уличных тренажеров, которые производятся на ООО «Биоком Технологии»: подписать ряд документации с государственными органами власти, осуществляемых государственное регулирование в сфере физической культуры и спорта, по закупке и установке уличных тренажеров ООО «Биоком Технологии». Установка данных тренажеров может быть произведена в следующих позициях: площадки университетов, школ, средних специальных учебных заведениях, учреждения образования, иные организации и индивидуальные предприниматели, которым в соответствии с законодательством предоставлено право осуществлять образовательную деятельность, осуществляют физическое воспитание обучающихся в соответствии с законодательством при реализации образовательных программ, проведении физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работы.

#### **Список использованных источников**

1. *Анфилатов, В. С.* Системный анализ в управлении / В. С. Анфилатов, А. Л. Емельянов, А. А. Кукушкин. – 2002.
2. *Орлов, А. И.* Экспертные оценки: учеб. пособие / А. И. Орлов. – М., 2002.
3. Официальный сайт предприятия ООО «Биоком Технологии» – [biocomtechnology.by](http://biocomtechnology.by).

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПРОЦЕДУРЫ ЗАКУПКИ «ОФОРМЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ЛИСТА» (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК»)**

Закупка сырья и материалов в ОАО «Красный пищевик» осуществляется исключительно за счет собственных средств, с применением следующих процедур: оформления конкурентного листа; открытого конкурса; закупки из одного источника. Вид процедуры закупки определяется на день принятия организацией решения о проведении процедуры закупки [1].

Наиболее часто при ведении работ по выбору и оценке поставщиков предприятие использует процедуру оформления конкурентного листа. Проведение данной процедуры предполагает следующие операции:

- разработка задания на закупку;
- подготовка отчета, содержащего список возможных поставщиков, которые могут произвести поставку определенного товара;
- подготовка приглашения на участие в процедуре закупки;
- регистрация поступивших конвертов с конкурсными предложениями;
- формирование расписки о получении конкурсного предложения;
- занесение конкурсных предложений в конкурентный лист;
- создание отчета для сравнительной оценки конкурсных предложений;
- подготовка уведомления о выборе победителя в процедуре закупок;
- подготовка сообщения о результате процедуры закупок [2].

Все вышеперечисленные операции на предприятии выполняются вручную. Поэтому с целью устранения этого недостатка было принято решение автоматизировать данную процедуру посредством разработки конфигурации в системе «1С:Предприятие».

Для взаимодействия с пользователем в разработанной конфигурации реализованы константы, справочники, документы и отчеты.

Константы данной системы содержат сведения об организации. К ним относятся: «Полное наименование»; «Место нахождения»; «УНП»; «Адрес электронной почты».

Для указания набора значений, которые не будут изменяться в процессе работы прикладного решения, используется несколько видов перечислений: «Форма собственности»; «Единица измерения»; «Валюта»; «Тип цен»; «Вид договора»; «Способ подачи конверта с заявкой».

Для решения комплекса задач по процессу в конфигурации предполагается создание следующих справочников: «Сотрудники»; «Должности»; «Номенклатура»; «Поставщики»; «Номенклатура поставщика»; «Договоры поставщика»; «Критерии оценки конкурсных предложений».

Для отражения выполненных операций в конфигурации предусмотрено создание следующих документов: «Задание на закупку»; «Приглашение к участию в процедуре закупки»; «Журнал регистрации конвертов с конкурсными предложениями»; «Расписка о получении конверта с конкурсным предложением»; «Конкурентный лист»; «Уведомление о выборе победителя»; «Сообщение о результате процедуры закупки».

Для анализа типовых операций в интерфейс приложения были включены следующие отчеты: «Список возможных поставщиков»; «Заключенные договора с поставщиками»; «Выбор поставщика», «Совершенные сделки».

Таким образом, применение разработанной конфигурации позволит уменьшить количество операций совершаемых вручную и соответственно трудозатрат сотрудников, участвующих в процедуре закупки, а также сокращения времени на проведение данной процедуры.

#### **Список использованных источников**

1. Стандарт предприятия ОАО «Красный пищевик» СТП 7.4–01–10 Система управления. Создание продукции. Закупки. Организация и порядок управления.
2. «Порядок осуществления закупок за счет собственных средств ОАО «Красный пищевик» от 26.04.2013 г. в редакции протокола заседания Наблюдательного совета 20.01.2015 № 256.

*А. С. Герасимец*

Научный руководитель – И. И. Станкевич, БГАТУ (Минск)

## **ВОЗМОЖНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ С ПОМОЩЬЮ SAP**

Для автоматизации управления предприятием существует множество различных предложений, учитывающих размер предприятий.

Одним из наиболее известных является SAP, так как в среднем на территории СНГ занимает более 50 % доли рынка, а общий рынок ERP, включая софт, проекты по внедрению, приближается в Беларуси к 15–18 млн долл. в год.

Система управления ресурсами предприятия SAP ERP охватывает все участки финансового и управленческого учета, управления персоналом, оперативной деятельности и сервисных служб компании. Обеспечивает полную функциональность, необходимую для реализации информационных сервисов самообслуживания, аналитики. Кроме того, SAP ERP предоставляет средства для системного администрирования и решения таких задач, как управление пользователями, централизованное управление данными и управление web-сервисами.

Решение SAP SCM помогает формировать адаптивные логистические сети, а также оперативно прогнозировать продажи, планировать поставки на склады и в магазины. Предоставляет средства для планирования и реализации, которые позволяют управлять операциями в рамках предприятия, и современные технологии для организации и координации совместной работы за рамками предприятия.

SAP Forecasting & Replenishment предназначена для оперативного прогнозирования продаж и планирования поставок на центры распределения и перемещений в магазины.

Решение для ведения складской логистики на базе SAP EWM содержит полный набор необходимых функций для эффективного управления современным высокотехнологичным складским комплексом. Система дает возможность управлять работой склада в реальном времени за счет ведения контроля за распределением складских ресурсов и нагрузок между очередями. Кроме того, SAP EWM позволяет оптимизировать работу с документацией: организовать безбумажный документооборот, минимизировать ручной ввод.

SAP Net Weaver Process Integration – инфраструктура обмена данными, центральный компонент – SAP Netweaver, который реализует концепцию SAP по построению бизнес-приложений и формирует архитектуру корпоративных сервисов. Хранит всю информацию, необходимую для доступа к функциям бизнес-приложений, а также для интеграции систем и выполнения бизнес-процессов в единой, совместно используемой базе знаний. Построен на основе открытых стандартов и обеспечивает совместную работу информационных систем как в рамках одного предприятия, так и при участии деловых партнеров.

Законченное решение для ведения мобильного бизнеса SAP Mobile Business предоставляет решения для всех современных средств мобильной связи, как в режиме онлайн, так и в режиме оффлайн. Основные компоненты включают в себя: широкий спектр приложений, разработанных для ведения мобильного бизнеса; открытую технологию стандартов отраслевых решений.

С помощью SAP Retail Execution менеджеры торговых сетей получают доступ через мобильные устройства к корпоративным системам, таким как SAP CRM и SAP ERP, и могут использовать информацию о работе в режиме реального времени. SAP RE предоставляет нужную информацию в любом месте и в любое время. Обладает интуитивно понятным интерфейсом мобильного приложения. Использование SAP RE повышает эффективность работы мерчендайзеров и менеджмента торговых точек при аудите доступности товаров на полках магазинов.

В Республике Беларусь SAP используют ОАО «БМЗ», Velcom, Атлант-М, ГК «АЛМИ», ГПО «БелЭнерго», НБРБ, БелЖД, Беларусбанк, МТБанк, БелАЗ, ГПО «БелТрансгаз», ГПО «Белоруснефть», ОАО «Мозырский НПЗ», «Санта Бремор» и др.

*Т. И. Горшкова*

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент  
Т. А. Ермакова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ DIGITAL BANKING**

Развитие платежной системы в настоящее время имеет положительную тенденцию. Основные направления, тенденции, перспективы развития платежной системы РБ определены в Концепции развития платежной системы РБ на 2016-2020 гг. Одной из приоритетных задач является сокращение расчетов наличными денежными средствами и развитие цифровых банковских технологий. Стремительное внедрение цифровых технологий требует от банков постоянно повышать эффективность своей деятельности на рынке банковских услуг.

Digital Banking – это современный этап банковского обслуживания, главной характеристикой которого является переход взаимодействия между банком и клиентом из офлайн-отделений, в онлайн-цифровые каналы (интернет, телефония).

Одним из составляющих направлений развития цифрового банкинга является удобство осуществления денежных переводов посредством интернет-технологий, т. е. используя каналы интернет-банк, мобильный банк, мобильное приложение, web-страница. При проведении данной операции для клиента банка ключевыми моментами будут являться:

- взимание комиссии за перевод;
- возможность использования банковских карт разных платежных систем;
- удобство, быстрота осуществления перевода;
- надежность и безопасность.

При переводе денежных средств банк взимает комиссию. На размер комиссии влияют тип перевода (между картами одного клиента, между картами разных клиентов в пределах одного банка, между клиентами разных банков), сумма лимита, валюта счета.

С развитием платежной системы набирают популярность p2p-переводы. Под p2p-переводами следует понимать безналичные переводы с карты на карту, в том числе между картами разных банков, а также с карты на счет, которые осуществляются с помощью онлайн-сервисов. При данном переводе денежных средств клиенту нет необходимости знать банковские реквизиты (номер карты, срок действия карты, номер договора и т. д.) другого клиента, которому необходимо пополнить счет. Достаточно установить на мобильное устройство банковское приложение для осуществления перевода и иметь доступ к Интернет. При переводе указывается сумма перевода и выбирается из списка контакта получатель. Если получатель также пользуется данным сервисом, ему придет уведомление, в противном случае смс или email-сообщение с ссылкой, по которой необходимо перейти для завершения операции.

Преимущества p2p-перевода:

- перевод средств в любом месте в любое время;
- знания о получателе сведены к минимуму;
- безопасность (p2p-переводы сопровождаются самым современным средством защиты информации – технологией 3D secure).

Таким образом, развитие банковской системы с использованием современных средств коммуникации обеспечивают удобство и безопасность использования банковских карт для клиента.

## Список использованных источников

1. Концепция развития платежной системы Республики Беларусь на 2016–2020 гг. – Минск, 2015. – 51 с.
2. Что такое р2р-переводы? [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://www.copayco.com/ru/blog/article/p2p.html>. – Дата доступа: 29.02.2016.

*К. А. Дудков, В. Ю. Григорьев*

Научный руководитель – В. Л. Кулешова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## РАЗРАБОТКА ТЕКСТУР В 3D-МОДЕЛИРОВАНИИ

В реалиях современного мира трудно переоценить важность компьютерного моделирования: проектирование и планировка домов, городов, пошаговое моделирование объектов.

Визуализация объектов активно применяется во многих сферах: производственно-технологической, в области рекламы и т. д.

Высокие темпы развития технологий 3D-печати повысили актуальность использования 3D-моделирования. С тех пор как устройства для 3D-печати стали общедоступны, трехмерные принтеры используются для быстрого прототипирования, что позволяет сократить время разработки новых дизайнов. Снижение стоимости трехмерных принтеров ведет к расширенному внедрению технологии. Прототипы, созданные с помощью 3D-принтеров, позволяют компаниям повышать уровень качества обслуживания за счет быстрого снабжения клиентов опытными образцами для получения отзывов и рекомендаций. McKinsey предрекает, что использование 3D-печати – как при прототипировании, так и для создания промежуточных продуктов, необходимых для разработки конечных товаров, – будет расти, повышая скорость производственных циклов [1].

Широкий потенциал 3D-печати, включая индивидуализацию заказов, модульное конструирование и единичное производство запасных частей, означает, что компаниям и клиентам придется подстроиться под новые возможности. Новые производственные процессы требуют переоценки производственных моделей, а в случае с 3D-печатью изменения затронут как поставщиков, так и потребителей, способных в свою очередь стать производителями.

Использование текстур во многих случаях позволяет успешно справиться с задачами визуализации 3D-объектов. Применение

текстур может существенно уменьшить вычислительные затраты и сделать возможным интерактивный режим визуализации. В век высоких технологий найти готовую текстуру абсолютно несложно. Существует множество готовых наборов текстур на различные темы. Однако, часто можно столкнуться с тем, что размера исходного изображения не хватает, чтобы качественно текстурировать объект. Следовательно, важной становится проблема по созданию бесшовных текстур. При создании бесшовной текстуры берутся фото разных объектов – сложность в неоднородном в освещении выбранных фрагментов и даже безупречная ретушь стыков не позволит сделать шаг текстуры незаметным.

Несмотря на все плюсы трехмерных изображений, они не лишены и некоторых минусов, которые нужно учитывать при разработке графических проектов. К недостаткам 3D-графики можно отнести:

- высокие требования к аппаратной составляющей компьютера: к его оперативной памяти, скорости работы процессора и т. д.;
- необходимость больших временных затрат на создание моделей всех объектов сцены, могущих оказаться в поле зрения камеры. Конечно, такая работа стократно окупается результатом;
- меньшую свободу в создании изображения, чем в двумерной графике. Создавая объект карандашом на бумаге или средствами 2D-графики на экране, можно совершенно свободно искажать пропорции объектов, пренебрегать законами перспективы и пр. В 3D-формате это возможно только в наиболее мощных пакетах, но даже в них это требует дополнительных усилий и изобретательности.

#### **Список использованных источников**

1. Пять факторов воздействия 3D-печати на мировую экономику [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://3dtoday.ru/industry/pyat-faktorov-vozdeystviya-3d-pechati-na-mirovuyu-ekonomiku.html>. – Дата доступа: 01.03.2016.

*М. А. Жгирова*

Научный руководитель – Т. В. Малинина, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ МАЛОГО БИЗНЕСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Сегодня невозможно успешно конкурировать в любой отрасли, если не использовать Интернет для продвижения своего бизнеса.

Создание и развитие web-представительств компаний является неотъемлемой частью коммуникативных мероприятий, стимулирующих продажи и поддерживающих связь с постоянными клиентами, а также привлекающих новых потенциальных клиентов.

Для малого бизнеса на начальной стадии развития более привлекательны бесплатные сервисы, позволяющие создавать собственные сайты (wix.com, hoster.by, storonka.by). Одной из важных задач при создании сайта является его оптимизация под поисковые системы и степень его коверсионности.

Важным этапом продвижения бизнеса в сети Интернет является регистрация товаров и услуг в интернет-каталогах. По запросу «салон красоты Бобруйск» в первую очередь Google выдает не отдельные сайты салонов, а информацию о соответствующих услугах в интернет-каталогах. Самыми известными каталогами являются: bobr.by, tam.by, relax.by, 103.by.

Необходимым является также регистрация на картах Яндекса и Google. С помощью таких сервисов клиенты могут осуществлять таргетированный поиск по местоположению объекта оказания услуги.

На сегодняшний день представители малого бизнеса активно продвигают свои товары и услуги с помощью контекстной рекламы. Можно начинать работать при любом бюджете. Контекстная реклама обладает уникальной гибкостью по сравнению с другими способами продвижения, не требует больших затрат, а при грамотной настройке и ведении дает прекрасный результат.

Подбирая запросы, по которым поисковая система будет показывать рекламу, лучше сделать ставку на не самые популярные, т. е. низкочастотные запросы. По высокочастотным запросам конкуренция слишком высока, и вы получите минимум показов при максимуме стоимости. Тогда как выбрав точные запросы, можно уменьшить конкуренцию и привлечь самую целевую аудиторию. Например: «салоны красоты Бобруйска» – 150 запросов в месяц и «ламинирование волос в Бобруйске» – 10 запросов.

Еще одно направление привлечения клиентов на сайт компании – это социальные сети. Продвижение в социальных сетях, или SMM (Social Media Marketing), – это широкий перечень работ в социальных медиа, позволяющий налаживать отношения с реальными и потенциальными клиентами, поддерживать с ними постоянный контакт, повышать лояльность к бренду и решать множество других не менее важных задач [1].

Анализ цен на услуги по продвижению малого бизнеса в сети Интернет представлен в таблице 1.

Таблица 1

**Цены услуг по продвижению малого бизнеса в сети Интернет**

Услуга	Цена
Сайта-визитка	от 1 000 000 до 5 000 000 бел. руб.
Функциональный сайт	от 6 000 000 до 12 000 000 бел. руб
Настройки рекламной кампании в Яндекс.Директ или Google Adwords	от 1 500 000 бел. руб
Продвижения в социальных сетях	от 5 000 000 до 7 000 000 бел. руб

*Примечание.* Собственная разработка.

Сегодня, чтобы иметь конкурентные преимущества, необходимо использовать все коммуникационные каналы, и одним из них является Интернет. Грамотное и комплексное применение всех названных способов продвижения малого бизнеса в Интернет дает хорошие результаты, при этом не требует больших денежных расходов.

**Список использованных источников**

1. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> . – Дата доступа: 01.03.2016.

*Д. В. Зинкевич*

Научный руководитель – кандидат технических наук, доцент  
В. М. Ковальчук, БФ БГЭУ (Бобруйск)

**ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ – ЗАДАЧА ВСЕХ  
И КАЖДОГО**

Задачи и цели проекта:

- выяснить, как узнать об уровне энергосбережения электроприбора;
- узнать, выгодна ли замена всех ламп накаливания более современными;
- выяснить, за какой промежуток времени эта замена окупится;
- выяснить, какие домашние электроприборы потребляют самое большое количество энергии;
- систематизировать полученные данные.

**Ресурсосбережение** – совокупность мер по бережливому и эффективному использованию фактов производства (капитала, земли, труда). Обеспечивается посредством использования ресурсосберегающих и энергосберегающих технологий; снижения фондоемкости и материалоемкости продукции; повышения производительности труда; сокращения затрат живого и овеществленного труда; повышения качества продукции; рационального применения труда менеджеров и маркетологов; использования выгод международного разделения труда и др. Способствует росту эффективности экономики, повышению ее конкурентоспособности.

**Энергосбережение** – реализация правовых, организационных, научных, производственных, технических и экономических мер, направленных на эффективное (рациональное) использование (и экономное расходование) топливно-энергетических ресурсов и на вовлечение в хозяйственный оборот возобновляемых источников энергии (источник определения (с небольшими изменениями)

Эффекты от мероприятий энергосбережения можно разделить на несколько групп:

- экономические эффекты у потребителей (снижение стоимости приобретаемых энергоресурсов);
- эффекты повышения конкурентоспособности (снижение потребления энергоресурсов на единицу производимой продукции, энергоэффективность производимой продукции при ее использовании);
- эффекты для электрической, тепловой, газовой сети (снижение пиковых нагрузок, минимизация инвестиций в расширение сети);
- экологические эффекты;
- связанные эффекты (внимание к проблемам энергосбережения приводит к повышению озабоченности проблемами общей эффективности системы – технологии, организации, логистики на производстве, системы взаимоотношений, платежей и ответственности в ЖКХ, отношения к домашнему бюджету у граждан).

Обычно началу реализации мероприятий по энергосбережению предшествует проведение энергоаудита.

**Энергоэффективность** – эффективное использование энергетических ресурсов – достижение экономически оправданной эффективности использования ТЭР при существующем уровне развития техники и технологии и соблюдении требований к охране окружающей среды.

Эффективное использование энергии, или «пятый вид топлива» – использование меньшего количества энергии, чтобы обеспечить тот же уровень энергетического обеспечения зданий или технологических процессов на производстве.

Для достижения максимального энергосбережения дома необходимо соблюдать множество правил. В нашем проекте мы решили остановиться на некоторых из них:

- следить за энергосбережением покупаемых и используемых электроприборов;
- заменить лампы накаливания на энергосберегающие или LED.

*Ю. Ю. Козусёнок*

Научный руководитель – В. Л. Кулешова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **УПРАВЛЕНИЕ ИНЦИДЕНТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Любое современное предприятие уже не может существовать без использования информационных технологий. Информационные технологии сами по себе представляют лишь возможность для предприятия в организации ведения непрерывного бизнеса, как в локальных, так и глобальных масштабах.

Применение информационных технологий сказывается не только на скорости выполнения бизнес-процессов, но и на их качестве. Современные программные продукты могут обеспечить не только автоматизацию работы всей организации, но и оперативный контроль каждого процесса на предприятии вплоть до конкретных операций. Такие продукты позволяют не только планировать, но и строить прогнозы деятельности предприятия на годы вперёд. Благодаря внедрению таких технологий предприятие может выявить резервы для оптимизации своей деятельности, увеличения прибыли и роста конкурентоспособности.

Деятельность ИТ-подразделений, связанная с устранением инцидентов, оказывает существенно влияние на восприятие ИТ пользователями в целом. Для того, что эффективно управлять этой деятельностью, должен быть определен соответствующий порядок действий.

Управления инцидентами – процесс, отвечающий за управление жизненным циклом всех инцидентов. Управление инцидентами обеспечивает минимизацию влияния на бизнес и восстановление нормального функционирования услуги наиболее быстрым способом.

В рамках достижения цели задачами процесса управления инцидентами являются: 1) обеспечение использования стандартных методов и процедур эффективного и оперативного реагирования, анализа, документирования, текущего управления и отчетности в ходе решения инцидентов; 2) повышение прозрачности и коммуникаций при решении инцидентов между бизнесом и ИТ; 3) улучшение восприятия бизнесом ИТ через профессиональный подход к решению инцидентов; 4) совмещение приоритетов в решении инцидентов с приоритетами бизнеса; 5) поддержка удовлетворенности пользователей качеством ИТ-услуг.

В частности, Управление инцидентами помогает бизнесу тем, что: 1) быстро находит и разрешает инциденты, в результате чего снижается время простоя услуг, что в целом увеличивает показатели доступности услуг; 2) выравнивает деятельности ИТ в соответствии с приоритетами бизнеса; 3) увеличивает способность выявления возможностей для улучшения услуг в результате расследования инцидентов; 4) Service Desk, разрешая инциденты, определяет дополнительные требования ИТ и бизнеса к услугам и обучению.

Управление инцидентами ведётся в специально разработанной конфигурации для «1С: Предприятие 8.2». Конфигурация поддерживает ведение следующих документов: обращение, запрос на услуги, запрос на конфигурационные единицы, инцидент, проблема. Формируются отчёты по всем документам с возможностью настройки отбора по любому реквизиту.

Управление инцидентами позволяет оперативно решать возникающие внештатные ситуации в работе ИТ-инфраструктуры, тем самым снижая временные и финансовые издержки.

#### **Список использованных источников**

1. Описание ключевых процессов управления ИТ-услугами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.itexpert.ru/rus/ITEMS/proces/>. – Дата доступа: 28.01.2016.

2. ITIL. IT Service Management по стандартам V.3.1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/studies/courses/2323/623/lecture/13578?page=2>. – Дата доступа: 28.01.2016.

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА БРАКА ПРИ ВЫПУСКЕ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛШИНА»)**

Появление несоответствующей продукции является неизбежной частью любого производства, поэтому важно его своевременное выявление и правильный учет потерь от брака. Для автоматизации процесса управления несоответствующей продукцией предприятия ОАО «Белшина» была разработана информационная система в КИС «1С: Предприятие 8.2».

Можно выделить следующие задачи процесса управления несоответствующей продукцией в рамках предприятия ОАО «Белшина»: идентификация и регистрация несоответствующей продукции; изолирование выявленной несоответствующей продукции; анализ несоответствующей продукции для определения возможности ее коррекции, изменения вида или утилизации; регистрация информации о решениях и действиях, предпринятых в отношении несоответствующей продукции; предоставление информации для разработки, проведения и оценки результативности корректирующих действий.

Для исключения неоднозначного ввода информации в системе были созданы перечисления: «Качество продукции», «Решение комиссии», «Величина несоответствия», «Степень ремонта», «Способ устранения несоответствия».

Для накопления информации об объектах аналитического учета были созданы справочники: «Причины дефекта», «Производственные дефекты», «Операции по исправлению», «Виды работ по исправлению», «Оборудования и инструменты», а также периодический регистр сведений «Расценка операций».

Для ввода данных в информационную базу были разработаны документы: «Акт о выявленной несоответствующей продукции», «Акт исследования причин несоответствия», «Передача брака на исправление», «Списание бракованных МПЗ», «Инвентаризация брака в производстве», «Расчет потерь от брака».

Ведение бухгалтерского учета в системе обеспечивается тремя объектами конфигурации: план счетов, план видов характеристик и регистр бухгалтерии.

Чтобы получить бухгалтерские итоги и детальную информацию о выявленной несоответствующей продукции, пользователь может выбрать для формирования различные виды отчетов. Например, «Оборотно-сальдовая ведомость по счету 28», «Ведомость по браку в производстве» и др.

Разработанная подсистема тесно связана с другими подсистемами предприятия. На рисунке 1 представлена схема документооборота по операциям учета несоответствующей продукции.



Рис. 1. Схема документооборота по операциям учета несоответствующей продукции

Примечание. Источник: собственная разработка.

Таким образом, разработанная информационная система в КИС «1С: Предприятие 8.2» направлена на снижение потерь от брака продукции ОАО «Белшина» за счет организации более точного учета и документирования несоответствующей продукции, что приведет к повышению эффективности и прибыльности производства.

#### Список использованных источников

1. Техническая карта ОАО «Белшина» №ТР-58-002Ш-2014 «Описание процесса доработки и исправления (ремонта) несоответствий вулканизированных покрышек».
2. СТП БШК 8-15-2009 «Система менеджмента качества. Управление несоответствующей продукцией».

## **РАЗРАБОТКА В СИСТЕМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2» МОДУЛЯ РАСЧЕТА ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В ОБЩЕЖИТИИ**

В настоящее время на балансе многих организаций числятся объекты жилищного фонда. В таких организациях расчет жилищно-коммунальных платежей является неотъемлемой частью бухгалтерского учета.

Бухгалтерский учет на предприятии обеспечивает своевременное, полное и точное отражение всех затрат и доходов, связанных с содержанием и эксплуатацией объектов жилищного фонда. Основная цель учета объектов жилищного фонда – осуществление эффективного контроля соблюдения сметы затрат, а также экономное и рациональное использование расходуемых ресурсов.

Модуль расчета жилищно-коммунальных платежей в общежитии разрабатывался в системе «1С: Предприятие 8.2» по заказу филиала «Бобруйская ТЭЦ-2» РУП «Могилевэнерго».

Процесс расчета жилищно-коммунальных платежей в филиале «Бобруйская ТЭЦ-2» РУП «Могилевэнерго» производится в программном средстве MS Excel, в то время как остальные функции бухгалтерского учета на предприятии реализованы в системе «1С: Предприятие». В связи с этим возникала необходимость ручного переноса данных в систему.

Разработанная система расчета жилищно-коммунальных платежей реализует следующие функции:

- ввод и хранение тарифов на жилищно-коммунальные услуги;
- ввод и хранение данных по стоянию лицевого счетов нанимателей жилых помещений в общежитии;
- ввод и хранение показаний счетчиков;
- расчет жилищно-коммунальных платежей;
- формирование извещений о размере платы за жилищно-коммунальные услуги и платы за пользование жилым помещением;
- формирование ведомости удержания коммунальных платежей из заработной платы сотрудников организации;
- формирование авизо для удержания коммунальных платежей из заработной платы сотрудников других организаций;

- обмен данными с ЕРИП.

Информационная система расчета коммунальных платежей в общеджитии может быть использована как самостоятельное программное средство, а также как программный модуль в рамках системы бухгалтерского учета.

Система может также применяться для расчета коммунальных платежей в жилищных кооперативах и арендном жилье.

Внедрение информационной системы расчета жилищно-коммунальных платежей позволит повысить эффективность процесса за счет увеличения скорости обработки данных, уменьшения количества ошибок, допускаемых сотрудниками, а также возможности получения оперативных отчетов.

#### **Список использованных источников**

1. Об утверждении Положения о порядке расчетов и внесения платы за жилищно-коммунальные услуги и платы за пользование жилыми помещениями государственного жилищного фонда: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 12 июня 2014 г., № 571 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21400571>. – Дата доступа: 15.01.2016.

2. Об утверждении Инструкции о порядке расчетов платежей за жилищно-коммунальные услуги и уровня возмещения населением затрат на их оказание: Постановление Министерства экономики Респ. Беларусь, Министерства жилищно-коммунального хозяйства, Министерства энергетики и Министерства финансов Респ. Беларусь, 26 марта 2014 г., № 26/5/8/15 // Национальный правовой интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=W21428694>. – Дата доступа: 15.01.2016.

3. *Байдаков, В.* 1С: Предприятие 8.2. Руководство разработчика / В. Байдаков, В. Дранишев.

*М. С. Летковская*

Научный руководитель – кандидат экономических наук  
В. Г. Ракутин, БГСХА (Горки)

## **ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ**

90-е годы XX века стали для системы образования эпохой потрясений. В это же время берет начало процесс насыщения образования

различными технологиями: проекторы, интерактивные доски, электронные учебники и системы дистанционного образования.

Эти изменения привели к более глубинным процессам, заключающихся в:

1) превращении образовательного процесса в бизнес-среду, в части технологий, оборудования и предоставления услуг;

2) постепенной интеграции классического и дистанционного образования, на основе общих технологий и методик обучения.

Развитие информационных технологий привело к кардинальному изменению современной системы образования. На сегодняшний день активно развивается дистанционное образование, элементы которого находят поддержку со стороны преподавателей и обучающихся.

В то же время дистанционное образование – это система действий по организации образовательного процесса путем применения образовательных технологий, которые реализуются на основе создания различных информационно-телекоммуникационных сетей.

Применение дистанционных технологий при реализации образовательной программы позволяет освоение специальных дисциплин с использованием ресурсов нескольких организаций, которые осуществляют образовательную деятельность, с возможностью привлечения иностранных респондентов. С использованием сетевой формы обучения вместе с организациями, которые осуществляют образовательную деятельность, могут участвовать другие научные, медицинские, спортивные организации, обладающие определенными ресурсами для обучения, проведения практики и реализации специальных образовательных программ. Для организации дистанционного образования библиотечный фонд должен быть обеспечен электронными учебными изданиями по всем образовательным программам, учебным предметам, курсам, дисциплинам. Проведенные нами исследования показывают, что электронное обучение позволяет:

1. Снизить затраты на обучение.
2. Совмещать образовательный процесс с другой деятельностью.
3. Обучаться согласно индивидуального плана.
4. Получать качественные знания, не уступающие обычному образовательному процессу.
5. Виртуальная академическая мобильность студентов позволяет расширить их научные и культурные горизонты.
6. Ценовая доступность качественного высшего образования для широких слоев населения.

## 7. Индивидуальный подход в обучении.

Кроме положительных моментов существуют недостатки дистанционного образования:

1. Отсутствует личный контакт между преподавателем и обучающимся.

2. Отсутствует заинтересованность в образовательном процессе.

3. Неопытность со стороны преподавательского состава в информационных технологиях (сбой в работе технических средств, отсутствие прозрачности сдачи экзаменов, ограниченность направлений обучения и программ специальностей).

Таким образом, дистанционное обучение быстро входит в нашу жизнь. Этот процесс, несомненно, будет усиливаться благодаря развитию технологий и инноваций в области обучения.

*А. Г. Нестерович*

Научный руководитель – В. Л. Кулешова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **РАЗРАБОТКА В СИСТЕМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2» МОДУЛЯ РАСЧЕТА ПЛАНОВОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ**

Планирование себестоимости является одной из основных составляющих технико-экономического планирования предприятия.

Главными задачами развития экономики на современном этапе является всемерное повышение эффективности производства, а также занятие устойчивых позиций предприятий на внутреннем и международном рынках.

Целью планирования издержек (себестоимости) является оптимизация текущих затрат предприятия, обеспечивающая необходимые темпы роста прибыли и рентабельности на основе рационального использования денежных, трудовых и материальных ресурсов.

Себестоимость является основой определения цен на продукцию. Систематическое снижение себестоимости промышленной продукции – одно из основных условий повышения эффективности промышленного производства. Она оказывает непосредственное влияние на величину прибыли, уровень рентабельности.

Плановая себестоимость продукции включает в себя только те затраты, которые при данном уровне техники и организации производства являются для предприятия необходимыми. Они исчисляются

на основе плановых норм использования оборудования, трудозатрат, расхода материалов. Отчетная себестоимость определяется фактическими затратами на изготовление продукции [1].

Планирование себестоимости продукции осуществляется с целью выявления и использования имеющихся резервов снижения издержек производства и увеличения коммерческого дохода предприятия. В основу плана по себестоимости должны быть заложены прогрессивные нормы затрат труда, использования оборудования, расхода сырья и материалов, топлива и энергии [2].

Расчеты производятся по мере необходимости с учетом изменения номенклатуры производимой продукции, изменения норм расхода материальных ресурсов, стоимости используемых сырья и материалов, топливно-энергетических ресурсов и т. д.

Модуль для расчета плановой себестоимости создавался на основе данных ОАО «Бобруйский машиностроительный завод» для планово-экономического отдела.

Основным документом модуля является «Формирование плановой себестоимости». В данном документе осуществляются расчеты. Для этого все расчеты были прописаны в модуле документа, так же было предусмотрена возможность измены значения, а также необходимые данные заносятся в документ из формы констант «Установка показателей» и справочника «Установка цен материалов».

При создании нового документа на определенное изделие все расчеты проводятся автоматически и рассчитывается полная себестоимость готового изделия.

Автоматизация позволяет упростить работу с документацией и тем самым сокращает время на её обработку, позволяя более оперативно получать информацию, необходимую для принятия управленческих решений.

#### **Список использованных источников**

1. Плановая себестоимость и расчёт основных экономических показателей работы предприятия [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://otherreferats.allbest.ru/economy/002079-16\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/economy/002079-16_0.html). – Дата доступа: 17.02.2016.

2. Карпов, В. А. Планирование на предприятии 2012 / В. А. Карпов, Д. В. Захарич. – [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://ebooks.grsu.by/planir\\_na\\_predpri/9-4-planirovanie-sebestoimostiproduktsii.htm](http://ebooks.grsu.by/planir_na_predpri/9-4-planirovanie-sebestoimostiproduktsii.htm). – Дата доступа: 17.02.2016.

*Я. О. Савельева*

Научный руководитель – кандидат социологических наук  
доцент З. В. Пунчик, БГЭУ (Минск)

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ МАШИН В ТЕСТИРОВАНИИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

Тестирование программного обеспечения – процесс, помогающий определить корректность, полноту и качество разработанного продукта. В современной трактовке процесс тестирования ПО, включает в себя еще и такие понятия, как «Контроль качества (англ. – Quality Control)» – сбор сведений для проверки результатов проведенного тестирования и «Обеспечение качества (англ. – Quality Assurance)» – процесс улучшения продукта, создания уверенности в том, что он удовлетворяет всем требованиям, предъявляемым к его качеству.

Гарантия совместимости приложения с большим количеством операционных систем – одно из существенных требований к программному продукту. Программное обеспечение разрабатывается с учетом того, что разные пользователи будут использовать его на разных операционных системах для автономных приложений (или standalone-приложений) и на разных браузерах для web-приложений.

Для тестирования совместимости необходимо проверить работу приложения на значительном количестве различных платформ. Все они не могут быть одновременно установлены на один локальный компьютер или одну операционную систему, поэтому при тестировании программного обеспечения широко применяются технологии виртуализации.

Инженеры знаменитой компании-поставщика программного и аппаратного обеспечения IBM называют виртуализацию «разделением каналов посредством времени». Это объясняется тем, что с помощью виртуализации пользователь компьютера может запустить сразу несколько операционных систем на одном компьютере. Такие операционные системы и называются «виртуальными машинами».

Необходимость тестирования на различных платформах – не единственная причина использования виртуальных машин в тестировании программного обеспечения. Иногда приложение необходимо протестировать на «чистой» операционной системе, чтобы никакие сторонние программные продукты не повлияли на его ра-

боту. Или наоборот, необходимо проверить поведение программы, которая проходит процесс тестирования, при воздействии какого-то вредоносного программного продукта, установка которого на основную операционную систему локального компьютера может причинить ему вред. Существуют ситуации, когда необходимо тестировать web-приложение на различных версиях одного браузера, постоянно переключаясь с одной на другую. Как известно, установить их на одну операционную систему невозможно. В таком случае можно воспользоваться двумя способами – создать несколько виртуальных машин, установив на каждую определенную версию браузера, либо воспользоваться таким инструментом как снапшот (англ. – snapshot) – снимок текущего состояния системы, который позволяет «переключать» виртуальную машину на моменты, когда снимок был сделан. Такой прием позволяет установить определенную версию браузера, сделать снапшот, обновить браузер до следующей версии, снова воспользоваться этим инструментом, и так до тех пор, пока не будут сохранены снапшоты со всеми версиями браузера. После этого возможно просто «переключать» систему на определенный снимок с нужной версией. Также снапшот позволяет сохранить состояние системы перед выполнением некоторого потенциально небезопасного действия.

Таким образом, виртуализация значительно расширяет возможности тестирования программного обеспечения. Работа с виртуальными машинами облегчает процесс тестирования, позволяет использовать огромное количество функций и инструментов, недоступных на основном локальном компьютере – от создания абсолютно чистой операционной системы до организации на одном компьютере целой локальной сети виртуальных машин, связанных между собой.

*В. С. Савченко*

Научный руководитель – кандидат технических наук  
доцент В. В. Кузьминов, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ КОМПАНИИ**

ССП – это система управления (а не просто система измерения), которая позволяет организации четко сформулировать планы на бу-

дущее и воплотить их в реальные действия. Сбалансированная Система Показателей (ССП) определяет четыре стратегических зоны, отражающих соответствующие перспективы компании:

- финансовая перспектива;
- клиентская перспектива;
- перспектива внутренних бизнес-процессов;
- перспектива обучения и развития.

Актуальность темы обуславливается тем, что в последнее время система BSC активно внедряется на зарубежных предприятиях (особенно в США), а также приобретает все большую популярность в России и странах СНГ. На это есть несколько причин. Во-первых, существует острая проблема неструктурированного потока информации, которая часто может быть запоздалой и противоречивой. Для решения данной проблемы системы BSC является отличным инструментом. Во-вторых, современный руководитель (менеджер) понимает важность нефинансовых показателей деятельности организации и нуждается в системе, способной отражать такие показатели. В-третьих, в значительной мере эффективность деятельности организации зависит от направленных действий всех сотрудников, а для успешного направления их деятельности необходимы определенная система мотивации персонала, методика и средства измерения степени приближения к желаемому результату, т. е. механизм последовательного доведения до каждого сотрудника стратегических целей компании и вовлечения его в соответствующие бизнес-процессы. Хотя сбалансированная система показателей и выходит за рамки финансовых параметров, она полностью от них не отказывается. Самоназвание концепции отражает попытку учесть набор показателей, где сбалансированы как кратковременные, так и долгосрочные цели, финансовые и нефинансовые показатели, запаздывающие и опережающие индикаторы, внутренние и внешние перспективы эффективности.

Тем не менее, получение доходов остается главной целью любого частного бизнеса. Очень важно выбрать показатели, касающиеся клиентов, процессов и развития, – они становятся опережающими индикаторами финансового успеха. Пилотов обучают наблюдать за альтиметром и расходом горючего, не теряя при этом намеченной цели из вида. Аналогично, успешному менеджеру необходимо сосредоточить свои усилия так, чтобы повысить показатели эффективности, которые повлияют на прибыльность в будущем.

Сбалансированная система показателей помогает менеджерам обратить внимание на самые важные моменты. Поэтому менеджерам необходимо выделить главные моменты, характерные именно для их организации, и тогда можно будет направить все усилия на повышение эффективности в самых необходимых направлениях.

Проект по ССП не заканчивается на этапе внедрения. Чтобы система эффективно работала, необходимо регулярно отслеживать изменения в ней, от чего-то отказываться, что-то добавлять. Для этого требуется адаптировать ССП к другим инструментам управления, существующим в компании: системам бюджетирования и управленческого учета, задачам стратегического развития и оперативного управления. Отслеживать изменения в ССП должен человек, который принимал непосредственное участие в ее построении, это может быть директор по стратегическому развитию или финансовый директор. При этом контролировать изменения необходимо также тщательно, как и создавать ССП: анализировать стратегические цели, оценивать показатели и целевые значения.

*С. А. Семёнова*

Научный руководитель – кандидат экономических наук  
доцент Т. А. Ермакова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ MVC ПАТТЕРНА ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ C# ASP.NET ПРИЛОЖЕНИЙ**

В данной работе описана разработка ASP.NET приложения с использованием на клиентской стороне технологии AJAX и AngularJS, который представляет собой opensource JavaScript-фреймворк, использующий шаблон MVC. Для описания интерфейса используется декларативное программирование, а бизнес-логика отделена от кода интерфейса, что позволяет улучшить тестируемость и расширяемость приложений. Другой отличительной чертой фреймворка является двустороннее связывание, позволяющее динамически изменять данные в одном месте интерфейса при изменении данных модели в другом. Таким образом, AngularJS синхронизирует модель и представление. Для оформления и типографии используется Twitter Bootstrap, включающий в себя инструменты для создания веб-приложений, HTML и CSS шаблоны. Скрипты написаны на CoffeeScript – языке программирования, транслируемого в JavaScript, добавляю-

щего синтаксический сахар (синтаксический механизм, который дублирует другой, но является более удобным в использовании и лучше воспринимается при чтении программы человеком) в духе Ruby, Python, Haskell и Erlang для того, чтобы улучшить читаемость кода и уменьшить его размер. Для полнотекстового поиска используется The Apache Lucene, в чьи основные особенности входит масштабируемая и высокоскоростная индексация, точный поисковый алгоритм и наличие портов на другие языки программирования. Помимо названных инструментов на клиентской стороне реализуются следующие функции: поддержка Drag 'n' Drop; сохранение медиаконтента в Cloudinary, форматирование текста в виде markdown bootstrap, поддержка Google Maps.

Для проектирования серверной части была выбрана платформа ASP.NET MVC, представляющая собой фреймворк для создания сайтов и веб-приложений с помощью реализации паттерна MVC. Концепция паттерна MVC (model – view – controller) предполагает разделение приложения на три компонента:

- Контроллер представляет класс, обеспечивающий связь между пользователем и системой, представлением и хранилищем данных, получающий вводимые пользователем данные и обрабатывающий их. В зависимости от результатов обработки отправляет пользователю определенный вывод, например, в виде представления.
- Представление – это визуальная часть или пользовательский интерфейс приложения. Как правило, html-страница, которую пользователь видит, зайдя на сайт.
- Модель – класс, описывающий логику используемых данных.

Для работы с данными был использован паттерн Repository, позволяющий абстрагироваться от конкретных подключений к источникам данных и являющийся промежуточным звеном между классами, непосредственно взаимодействующими с данными, и остальной программой.

В качестве ORM используется Entity Framework – специальная объектно-ориентированная технология на базе фреймворка .NET для работы с данными. Entity Framework представляет собой более высокий уровень абстракции, который позволяет абстрагироваться от самой базы данных и работать с данными независимо от типа хранилища. Если на физическом уровне мы оперируем таблицами, индексами, первичными и внешними ключами, но на концептуальном уровне, который нам предлагает Entity Framework, мы уже работаем с объектами.

В целом, проект выполнен по принципу Code first: первоначально пишутся классы моделей данных, которые будут храниться в базе данных, а затем Entity Framework по этой модели генерирует базу данных и ее таблицы.

*В. П. Тетерич*

Научный руководитель – кандидат экономических наук  
В. Г. Ракутин, БГСХА (Горки)

## **СИСТЕМА MOOVLE КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**

В настоящее время внедрение технологий дистанционного обучения в учебный процесс получило большое распространение. Стоит отметить, что дистанционное обучение не являлось новым методом обучения и до эпохи информационных технологий оно было представлено заочным образованием в высших учебных заведениях. При этом основным способом получения информации учащимися являлась обычная почта. Но подобный способ получения информации обладает рядом недостатков:

- 1) обмен информации является медленным, общая продолжительность обучения достаточно велика;
- 2) практически невозможно обучаться, если учащийся и преподаватели находились в разных странах;
- 3) оценка результатов обучения происходила редко, что затрудняло корректировку программы обучения под учащегося.

Проведенные нами исследования показывают, что повсеместное распространение персональных компьютеров и развитие сети Интернет изменили дистанционное обучение и сделали его более эффективным. Ключевым элементом его построения сегодня являются интерактивные мультимедийные учебные курсы, размещенные на специализированных сайтах или порталах, обеспечивающих поддержку как учебного процесса, так и контроля за процессом обучения. Существуют различные системы дистанционного обучения: Moodle, Claroline, Dokeos, Blackboard и др.

Анализ систем дистанционного обучения показал, что на сегодняшний день наиболее востребованной системой дистанционного обучения является Moodle.

Moodle (модульная объектно-ориентированная динамическая учебная среда) – это система управления обучением, предназначенная для организации взаимодействия между преподавателем и учениками дистанционных курсов и поддержки очного обучения.

Успех Moodle объясняется тем, что она содержит большой набор библиотек классов и функций на языке программирования PHP, что делает ее удобным инструментом для разработки различных информационных интернет-систем. Интерфейс системы Moodle переведен на десятки языков и используется почти в 50 тысячах организаций из более чем 200 стран мира. Она дает возможность проектировать, создавать и управлять ресурсами информационно-образовательной среды. Программная среда системы изначально была ориентирована на работу учителей, не обладающих глубокими знаниями в области программирования и администрирования баз данных, веб-сайтов и т. п.

К основным возможностям системы Moodle относятся:

- широкие возможности по размещению и актуализации учебно-методического обеспечения образовательного курса;
- инструментарий для дистанционного консультирования обучаемых посредством форумов;
- система может использоваться как для дистанционного, так и для очного обучения;
- система имеет простой и эффективный web-интерфейс;
- дизайн имеет модульную структуру и легко модифицируется;
- каждый пользователь может указать своё локальное время, при этом все даты в системе будут переведены для него в местное время (время сообщений в форум, сроки выполнения заданий, т. д.);
- возможна настройка e-mail-рассылки новостей, форумов, оценок и комментариев преподавателей.

Внедрение системы дистанционного обучения Moodle позволяет обеспечить высокое качество учебной информацией, широкие возможности, комплексное воздействие; постоянная обратная связь, сокращение рутинных действий; отработка практических умений и навыков, широкий вычислительный эксперимент.

## **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ ВУЗА (НА ПРИМЕРЕ БОБРУЙСКОГО ФИЛИАЛА БГЭУ)**

Внедрение информационных технологий во все сферы деятельности обусловлено стремительным развитием науки, постоянно растущими объемами информации, сложностью происходящих процессов и явлений. Не обошла стороной информатизация и высшую школу.

Как и любое подразделение или отдел вуза, для более оперативной и качественной работы, учебно-методический отдел (УМО) БФ БГЭУ использует информационные технологии для автоматизации некоторых функций. Но ведение необходимой для организации учебного процесса документации УМО (зачетно-экзаменационные ведомости, выписки к диплому, личные дела студентов и т. д.) в основном производится вручную, некоторые отчеты формируются с использованием MS Excel и MS Word. Недостаточное использование автоматизации замедляет и усложняет работу с обработкой и передачей информации учебно-методического отдела.

Решением данной проблемы может стать разработка информационной системы автоматизации задач УМО в «1С: Предприятие 8.3».

Данная система позволит осуществлять: автоматизированное ведение ведомостей дневной и заочной форм обучения; автоматизированное ведение личных дел студентов и организация оформления документов об окончании университета; предоставлять итоговую сводную отчетность.

Рассмотрим основной документ, который был реализован в системе учета успеваемости студентов вуза. Документ *Зачетно-экзаменационные ведомости* позволяет формировать различного вида ведомости для экзаменов, зачетов, интегрированных модулей и защиты курсовых как для дневной, так и для заочной формы получения высшего образования. В зависимости от выбранных настроек документа, представленных на рисунке 1, можно формировать ведомости с различным набором реквизитов.

The screenshot shows a software interface for creating 'Зачетно-экзаменационные ведомости' (Credit-Exam Results). The interface includes several input fields and a table.

**Form Fields:**

- Вывод информации:** Форма получения (Сводная / Зачетная), Ступень (Средняя / Высшая), Дата (12.11.2015), Номер ведомости (0000125), Вид ведомости (Экзамен / Зачет).
- Группа:** 001112ДВА11
- Учебный год:** 2015-2016
- Дисциплина:** Корпоративные информационные системы (3 часть)
- Курс:** 5
- Семестр:** 3
- Количество часов:** 226
- Количество зачетных единиц:** 0

**Список студентов (Selected):**

- Гли Лидия Николаевна
- Малюкин Ирина Николаевна
- Мельникова Татьяна Вячеславовна
- Мухоморова Валентина Николаевна
- Мушкетерова Сергей Иванович
- Мухоморова Катерина Игоревна
- Мухоморова Елена Сергеевна
- Мухоморова Сергей Иванович

**Table Data:**

№	Студент	Новая зачетная единица	Отметка за экзамен/зачет	Отметка за текущий контроль	Среднеарифметический балл	Итоговая отметка
1	Богданов Валерий Сергеевич	11 ДВА110				
2	Зернов Анастасия Вячеславовна	11 ДВА111				
3	Иванов Евгений Дмитриевич	11 ДВА112				
4	Шарова Ирина Александровна	11 ДВА113				
5	Коробков Юрий Юрьевич	11 ДВА114				
6	Попович Наталья Геннадьевна	11 ДВА115				
7	Чернышев Юлий Сергеевич	11 ДВА116				

Рис. 1. Форма зачетно-экзаменационной ведомости

В основном данные документа *Зачетно-экзаменационные ведомости* заполняются в полуавтоматическом режиме, например, при выборе дисциплины заполняются поля *Количество часов* и *Количество зачетных единиц* выбранной дисциплины. Кнопка *Заполнить* позволяет автоматически заполнить табличную часть *Общие сведения* студентов вуза, в зависимости от выбранной группы. Реализована возможность вывода документа в формате MS Word и печать документа на форме документа и на форме списка.

Разработанная система позволит сократить временные затраты и повысить качество процесса работы УМО.

#### Список использованных источников

1. Положение об учебно-методическом отделе БФ БГЭУ.
2. *Кашаев, С.* Программирование в 1С: Предприятие 8.3 / С. Кашаев. – СПб., 2014.

# СОДЕРЖАНИЕ

## **Секция 1. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СУБЪЕКТАМИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

<i>Брайцева С. В.</i> СОЦИАЛЬНЫЙ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ – ПРИОРИТЕТЫ НОВОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА .....	3
<i>Брель М. В.</i> УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМИ ПОТОКАМИ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	5
<i>Деменковец Е. О.</i> ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПАРТИСИПАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ .....	6
<i>Дорофеева А. В.</i> АНАЛИЗ РЕСУРСОБЕРЕГАЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ .....	8
<i>Карнеенко Т. П.</i> РОЛЬ СЕБЕСТОИМОСТИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ .....	10
<i>Колесова И. А.</i> ОЦЕНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ИООО «ТЕХНОНИКОЛЬ») .....	12
<i>Красинская Т. Д.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОРРЕЛЯЦИОННО- РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ ФАКТОРОВ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА .....	14
<i>Курбиева И. Ю.</i> ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА .....	16
<i>Мацюк Ю. А.</i> ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	18
<i>Столярова А. С.</i> ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЗТДИА») .....	20
<i>Сухотская Ю. А.</i> АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ОСИПОВИЧСКИЙ ЗАВОД АВТОМОБИЛЬНЫХ АГРЕГАТОВ» .....	21
<i>Флидер К. В.</i> ЭКСПОРТ ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ – ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА .....	23

<i>Хурсан Е. С.</i> ВЗАИМОСВЯЗЬ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ И ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА “БОБРУЙСКАГРОМАШ”» .....	25
<i>Чеботарева Е. Ю., Чинжарова А. Ю.</i> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	27
<i>Янушкевич К. С.</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ИНФЛЯЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	28

## **Секция 2. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

<i>Александрова А. В.</i> АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	31
<i>Анюховский А. А.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ .....	33
<i>Богданович Е. В.</i> ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	35
<i>Вераксо О. И.</i> КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ .....	37
<i>Глушакова Я. И.</i> СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	38
<i>Голуб В. Н.</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ ЖИЗНИ .....	40
<i>Емельянова Е. С.</i> ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ В ОТНОШЕНИИ РОССИИ НА ЭКОНОМИКУ ЕС .....	42
<i>Каравай К. А., Сидарович А. А.</i> ЛЕСНЫЕ И ВОДНЫЕ РЕСУРСЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	44
<i>Комаров Д. Н.</i> ИНВЕСТИЦИИ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ .....	45
<i>Кушнер А. Н.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ .....	47
<i>Матусенко М. О., Черепова А. В.</i> ЭВОЛЮЦИЯ ПРОЦЕДУР ЗАКУПОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .....	49
<i>Новикова Е. Н.</i> ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	51

<i>Прокопенко А. М.</i> ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ .....	53
<i>Саланович О. В.</i> ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «УКХ “БОБРУЙСКАГРОМАШ”»).....	55
<i>Сапунов В. А.</i> ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	57
<i>Хила Н. А.</i> ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НА ПРИМЕРЕ ОАО «УКХ “БОБРУЙСКАГРОМАШ”» .....	59
<i>Шевчук А. А.</i> АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОАО «БОБРУЙСКСЕЛЬМАШ» .....	60
<i>Ясонова Ю. В.</i> ОСОБЕННОСТИ СБЫТА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	62

### **Секция 3. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ МАРКЕТИНГА И БУХУЧЕТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

<i>Абрамович И. С.</i> ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВЛИЯНИЯ ЭКЗОГЕННЫХ ФАКТОРОВ НА ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ .....	64
<i>Андропова К. М.</i> ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ ПОТОКАМИ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	66
<i>Артюшевская А. С., Гашко Е. В.</i> РЫНОК МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА.....	67
<i>Байдак Е. В.</i> ОСОБЕННОСТИ АГРОМАРКЕТИНГА .....	69
<i>Бессарабов В. О.</i> К ВОПРОСУ О ЛОГИКЕ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ОТРАЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ И ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ.....	71
<i>Бухтинова В. И., Гарбузова Н. Г.</i> «ЗЕЛЕНЫЙ» МАРКЕТИНГ И ЕГО ОБРАТНАЯ СТОРОНА .....	72
<i>Вежновец Е. В.</i> ДВА МЕТОДА ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЕТА О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ .....	74
<i>Господарева А. А.</i> РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ SWOT-АНАЛИЗА .....	76
<i>Гулько Д. Г.</i> УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ .....	78

<i>Дамбровский Е. В.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕХОДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ К МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ.....	80
<i>Дрובהва А. М.</i> УЧЕТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ И ПО БЕЛОРУССКОМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ .....	81
<i>Задорожнюк Т. О.</i> ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ОТРАЖЕНИЯ В УЧЁТЕ ЭЛЕМЕНТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА .....	83
<i>Запеко О. В.</i> КОНТРОЛЛИНГ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	85
<i>Кацеба Е. И.</i> МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	88
<i>Лапутыко И. А.</i> ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ – ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ .....	90
<i>Москалева А. В.</i> ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОГО РИСКА В ОРГАНИЗАЦИИ.....	91
<i>Орлова И. В.</i> ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОАО «БЕЛШИНА» .....	93
<i>Пацкевич А. И.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ БУПП «ФАБРИКА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ» .....	95
<i>Полякович В. В.</i> ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ТРАНСПОРТЕ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ .....	97
<i>Расолько Е. С., Пекарь О. Н.</i> ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ТУРПРОДУКТА (НА ПРИМЕРЕ СЛАВГОРОДСКОГО РЕГИОНА) .....	99
<i>Таланова И. М.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИК ПЕРЕОЦЕНКИ И АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ .....	100
<i>Тычина А. А.</i> РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК»).....	102
<i>Уздякин Д. С.</i> ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СОЮЗЕ.....	103
<i>Шеер Р. В.</i> СОВРЕМЕННАЯ УПАКОВКА И ЕЕ РОЛЬ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА .....	105
<i>Шитикова С. Ф.</i> НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЛИКВИДНОСТЬЮ БАНКА.....	107
<i>Шумская Е. Н.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК.....	109

**Секция 4. БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ:  
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, КУЛЬТУРНЫЕ,  
ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ СВЯЗИ**

<i>Агаева Р. Х.</i> МУЖЕСТВО КАК ОСОБЫЙ ВИД МИРООТНОШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ З. ТУСНОЛОБОВОЙ-МАРЧЕНКО).....	111
<i>Арабидзе А. А.</i> ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАБОТОСПОСОБНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА.....	113
<i>Бествицкая Я. В.</i> ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО БЕЛАРУСИ.....	114
<i>Викторчик Е. А.</i> ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ЖИВОТНЫХ НА МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ И В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	116
<i>Герман К. В.</i> К ВОПРОСУ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРАВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕАРУСЬ.....	118
<i>Зиченко О. А., Давидовская Т. М.</i> ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	120
<i>Капшай В. В.</i> КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ НА ПОЛИТИЧЕСКОЙ КАРТЕ МИРА КАК ОТРАЖЕНИЕ НОВОГО СОСТОЯНИЯ ГЕОПОЛИТИКИ.....	122
<i>Касабуцкая М. И.</i> СОВРЕМЕННАЯ ХОЛИЗМА И ТРАДИЦИОННЫЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ .....	123
<i>Кованев А. Н.</i> ЖЕНСКИЙ НЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СПОРТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	125
<i>Кресс В. Г.</i> ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТЬ КАК ПРОБЛЕМА ХХІ ВЕКА.....	127
<i>Лапицкая В. О.</i> ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ И ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ.....	129
<i>Ломаченко С. А.</i> КОНЦЕПЦИЯ СЧАСТЬЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	131
<i>Матусевич А. В.</i> ИЗ ИСТОРИИ БОБРУЙСКОГО СОПРОТИВЛЕНИЯ В ГОДЫ ОККУПАЦИИ (1941–1944 гг). ГРУППА Д. М. ЛЕМЕШОНКА.....	132
<i>Нехлебова А. М.</i> ФОРМИРОВАНИЕ И СТАНОВЛЕНИЕ САМОБЫТНОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ БЕЛАРУСИ .....	134
<i>Никонович С. Д.</i> ЗАВИСИМОСТЬ ОТ АЗАРТНЫХ ИГР И ЕЕ НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ЖИЗНЬ МОЛОДЕЖИ.....	136
<i>Сикорская Д. О., Кравченко А. Д.</i> АДАПТАЦИЯ ПЕРВОКУРСНИКОВ К ОСОБЕННОСТЯМ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ.....	137

<i>Нестеренко Н. И., Шидловская Н. Л.</i> ВОСПРИЯТИЕ ЧЕЛОВЕКОМ ЦВЕТА.....	139
--	-----

**Секция 5. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ  
И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ**

<i>Бартош В. А., Слабодник Е. П.</i> ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНФОРМАТИКА И КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	141
<i>Бирук К. С.</i> РАЗРАБОТКА В СИСТЕМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2» ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ДОМАШНЕЙ БУХГАЛТЕРИИ.....	143
<i>Борисюк А. А.</i> РАЗРАБОТКА В СИСТЕМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ» ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕНДЕРОВ.....	144
<i>Букина А. С., Чертко Д. С.</i> СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ В МАРКЕТИНГЕ (НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «БИОКОМ ТЕХНОЛОГИЯ»).....	146
<i>Бурачкова И. В.</i> АВТОМАТИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПРОЦЕДУРЫ ЗАКУПКИ «ОФОРМЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ЛИСТА» (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК»).....	148
<i>Герасимец А. С.</i> ВОЗМОЖНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ С ПОМОЩЬЮ SAP.....	149
<i>Горшкова Т. И.</i> РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ DIGITAL BANKING.....	151
<i>Дудков К. А., Григорьев В. Ю.</i> РАЗРАБОТКА ТЕКСТУР В 3D-МОДЕЛИРОВАНИИ.....	153
<i>Жгирова М. А.</i> ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ МАЛОГО БИЗНЕСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ.....	154
<i>Зинкевич Д. В.</i> ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ – ЗАДАЧА ВСЕХ И КАЖДОГО.....	156
<i>Козусёнок Ю. Ю.</i> УПРАВЛЕНИЕ ИНЦИДЕНТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	158
<i>Круковская Т. П.</i> АВТОМАТИЗАЦИЯ УЧЕТА БРАКА ПРИ ВЫПУСКЕ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛШИНА»).....	160
<i>Кутько А. А.</i> РАЗРАБОТКА В СИСТЕМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2» МОДУЛЯ РАСЧЕТА ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В ОБЩЕЖИТИИ.....	162

<i>Летковская М. С.</i> ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ .....	163
<i>Нестерович А. Г.</i> РАЗРАБОТКА В СИСТЕМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2» МОДУЛЯ РАСЧЕТА ПЛАНОВОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ.....	165
<i>Савельева Я. О.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ МАШИН В ТЕСТИРОВАНИИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	167
<i>Савченко В. С.</i> СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ КОМПАНИИ .....	168
<i>Семёнова С. А.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ MVC ПАТТЕРНА ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ С# ASP.NET ПРИЛОЖЕНИЙ.....	170
<i>Тетерич В. П.</i> СИСТЕМА MOOVLЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ .....	172
<i>Шункевич А. Г.</i> ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ ВУЗА (НА ПРИМЕРЕ БОБРУЙСКОГО ФИЛИАЛА БГЭУ).....	174

## ДЛЯ ЗАМЕТОК



---

---

---

---

---

---

---

---

Научное издание

**СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ  
ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Материалы

XI Республиканской научно-практической конференции  
студентов, аспирантов и магистрантов

Бобруйск, 12 апреля 2016 года

Ответственный за выпуск *П. В. Ильенко*  
Компьютерная верстка *Ю. Н. Морковко*  
Корректор *И. М. Подоматько*

Подписано в печать 19.08.2016. Формат 60×84/16.  
Бумага офсетная. Ризография.  
Усл. печ. л. 11,5. Уч.-изд. л. 8,3. Тираж 51 экз. Заказ 68.

Издатель и полиграфическое исполнение  
государственное учреждение образования  
«Республиканский институт высшей школы».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/174 от 12.02.2014.  
Ул. Московская, 15, 220007, г. Минск.