

**Учреждение образования
«Брестский государственный
университет имени А.С. Пушкина»
Юридический факультет**



**«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ
РЕГИОНА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ»**

**Факультетская студенческая научно-практическая
конференция
(18 ноября 2020 г.)**

Брест 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Ю. БОРИСЮК. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	4
А. БУБОВИЧ. МЕХАНИЗМ СОВМЕСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА С УЧАСТИЕМ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТОРОВ В ЭКОНОМИКЕ Г. БРЕСТ	6
Е. ВЫРВЫЧ. ИННОВАЦИИ, ИХ СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ	9
Ф. ДОВРАНОВ. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ КАРТ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ.....	12
А. КАДЛУБОВИЧ. МОДЕЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛИЩНО- КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА	15
А. КАДЛУБОВИЧ. ИСТОЧНИКИ И МОДЕЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В СФЕРЕ ЖКХ.....	17
П. КАЗИМИРЧИК. ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ КАК НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ.....	21
Ж. КОЗИНСКАЯ. БРЕНДИНГ В СУБЪЕКТАХ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ.....	24
Э. Э. КОНСТАНТИН ВОЛЬВАЧЕВ, Т. ОНИЩУК. ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	28
О. КОРЗАН. СОВРЕМЕННЫЕ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ МОТИВАЦИЕЙ ТРУДА РАБОТНИКОВ УЧРЕЖДЕНИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.....	31
О. КУХАРЧУК. ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ЗАО «ОПТИМАЛСЕРВИС» КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	34
С. КУХАРЧУК. КРАУДФАНДИНГОВАЯ ПЛАТФОРМА УЛЕЙ....	38
А. ЛЕВЧУК. ПРИНЦИП КОНТРОЛЛИНГА В УПРАВЛЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ИМУЩЕСТВОМ.....	40

И. ЛЫЩИК. ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ ОТДЕЛА ПО ОБРАЗОВАНИЮ КАМЕНЕЦКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА.....	43
А. МАЛАЯ. МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ БЕЛАРУСИ И МИРОВОЙ РЫНОК.....	46
Е. МАЦВЕЙ. РЕПЕТИТОРСТВО КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.....	50
О. МАШАРОВА. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	54
О. МЛЫНЧИК. ОАО «ЭКЗОН»	57
М. ОЛЕЙНИК. ПРИМЕНЕНИЕ СПОСОБОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОТИВАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	59
А. ОМЕЛЬЯНЧУК. ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ НА ТРУДОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖЕНЩИН	62
Т. ПРОТАС. ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «БЕЛОВЕЖСКИЙ»	65
Д. РАДИНА. ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	69
Е. РУБЕЦ. ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «БЕЛАГРОПРОМБАНК»	72
Т. РУСЕЦКАЯ. ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ПРЕДПРИЯТИЯ	75
Г. СУХОВЕРХИЙ. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	77
Е. УСИК. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	80
Д. ШОПЛЯ. КРАУДФАНДИНГ КАК СПОСОБ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В БЕЛАРУСИ	83
В. ЩУКА. ОСОБЕННОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ.....	88
А. ЮДЧИЦ. ЧАСТНЫЕ ДЕТСКИЕ САДЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	91
О. ЮХИМУК. ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ.....	95

Ю. БОРИСЮК

Экономика, 1 год обучения

Научный руководитель: кандидат экономических наук, доцент,
декан юридического факультета, доцент кафедры философии
и экономики

М. В. ВАРАКУЛИНА

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Основные средства – средства труда, которые неоднократно участвуют в производственном процессе, сохраняя свою натуральную форму, а их стоимость переносится на производимую продукцию частями по мере снашивания.

Основные средства производства классифицируются по форме собственности и целевому назначению. По форме собственности основные средства делятся на государственные, кооперативные, личные (частные) и совместные. Кроме того, выделяют собственные и арендованные основные средства.

По целевому назначению основные средства производства подразделяют:

- производственные основные средства;
- непроизводственные основные средства (жилищно-коммунального хозяйства и бытового обслуживания, культуры, спорта) [1, с. 102].

По материально-вещественной форме основные средства производства состоят из конкретных средств труда и учитываются в натурально-вещественной форме и стоимостном выражении.

Натурально-вещественная форма в виде конкретных средств труда необходима для определения технического состава, расчета производительности и производственной мощности и т.д. Состав основных средств в натуральном выражении предопределяется характером и спецификой назначения их в производственном процессе.

Основные фонды учитываются в натуральном и стоимостном выражении. Учет основных фондов в натуральном выражении необходимы для определения технического состава и баланса оборудования; для расчета производственной мощности предприятия и его производственных подразделений; для определения степени его износа, использования и сроков обновления [2, с. 215].

На практике применяют следующие показатели стоимости основных средств производства: первоначальная, восстановительная, остаточная и рыночная [3, с. 144].

Показатели износа считаются важными и довольно часто приводятся в различных статьях. Коэффициент износа основных средств показывает, насколько изношены основные средства, т.е. в какой мере профинансирована их возможная будущая замена по мере амортизации. Несмотря на условность, показатели имеют аналитическое значение. Значение показателя коэффициента основных средств более 50% и коэффициента годности менее 50% нежелательно. Коэффициент износа основных средств показывает, в каком объеме самортизированы объекты – оборудование, здания, сооружения и т.д. Все используемые предприятием ОС в процессе учета подвергаются списанию посредством отнесения первоначальной цены приобретения на себестоимость производимой продукции.

Как известно, производственные основные фонды – это здания, сооружения, машины и оборудование, транспортные средства, инструменты, производственный и хозяйственный инвентарь и некоторые другие виды. Любое предприятие независимо от формы образования и вида деятельности должно постоянно рассматривать движение своих основных производственных фондов, их состав и состояние, эффективность использования [4, с. 198]. Данная информация позволяет предприятию выявить пути и резервы повышения эффективности использования основных фондов, а кроме того вовремя обнаружить и скорректировать негативные отклонения, которые в дальнейшем могут повлечь серьезные последствия для успешной деятельности предприятия. Именно поэтому проблема повышения эффективности использования основных фондов является столь важной для любой организации. Ведь неэффективное их использование приводит к сокращению объемов производства или реализации, что в свою очередь уменьшает доходы предприятия, а, соответственно, отражается и на прибыли [5, с. 107].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Грузинов, В. П. Экономика предприятия / В. П. Грузинов. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 487 с.
2. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учебник / В. И. Стражев, Л. А. Богдановская, О. Ф. Мигун и др. ; под общ. ред. В. И. Стражева. – 5-е изд., перераб. и доп. – Минск : Выш. шк., 2015. – 618 с.
3. О дополнительных мерах по совершенствованию трудовых отношений, укреплению трудовой и исполнительской дисциплины

[Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь от 26 июля 1999 г. № 29 : с изм. и доп. от 13 февраля 2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2020.

4. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия : учеб. пособие для вузов ; под ред. проф. Н. П. Любушина. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2015. – 215 с.

5. Прогнозирование и планирование в экономике ; под ред. В. И. Борисевича. – Минск : Выш.шк., 2009. – 432 с.

А. БУБОВИЧ

Экономика, 2 год обучения

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры философии и экономики

Б. М. ЛЕПЕШКО

МЕХАНИЗМ СОВМЕСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА С УЧАСТИЕМ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТОРОВ В ЭКОНОМИКЕ Г. БРЕСТ

Республика Беларусь обладает огромным потенциалом в создании свободной экономической зоны, обладающей богатством сырьевых ресурсов, качественной и относительно дешевой рабочей силой.

В современных условиях одним из факторов экономического развития страны является СЭЗ (далее – свободная экономическая зона), важнейшей целью которой является привлечение инвестиций в целях развития экономического и научного потенциала различных регионов.

Основные проблемы на сегодняшний день: реализация инвестиций, объем налогов резидентов СЭЗ и создание рабочих мест, а именно, объем средств, потраченных на их создание. По данным правительства Республики Беларусь, за минувшее десятилетие на создание свободных экономических зон было потрачено 1,18 миллиарда долларов бюджетных, налоговых и таможенных платежей из региона всего на 4 миллиона долларов, а создание каждого нового рабочего места обошлось в 10 миллионов рублей.

В 1996 году Республика Беларусь создала свою первую свободную экономическую зону после качественных экономических изменений. СЭЗ «Брест» стала территорией новых возможностей,

инновационных форм ведения бизнеса и реализации смелых инвестиционных проектов с участием иностранного капитала.

Есть много веских причин, почему Брест был выбран в качестве первой инновационной площадки. Это и выгодное географическое положение, определяемое расположением непосредственно на границе ЕС, и свободный доступ на рынок СНГ / ЕАЭС, близость к основным автомобильным, железнодорожным, речным и воздушным маршрутам, наличие промышленных зон с развитой инженерной и транспортной инфраструктурой и, конечно же, люди, сочетающие высокий уровень образования, профессиональные навыки и творческую инициативу со способностью выполнять свою работу.

Изучение тенденций развития международного совместного предпринимательства позволяет выявить некоторые объективные причины активизации этого процесса:

- появление новых отраслей и видов производства требует больших инвестиций, которые порой превышают возможности той или иной страны. Сегодня без участия иностранного капитала даже в промышленно развитых странах нормальный процесс воспроизводства уже невозможен;

- необходимость научно-технического развития, обновления техники и технологий требует дополнительных инвестиций. Например, для Республики Беларусь потребность в валютных поступлениях на эти цели неоспорима, поскольку в случае сохраняющейся нехватки средств иностранные инвестиции получают характеристики одного из наиболее мощных средств финансирования [2, с. 24–25].

Именно действием этих причин определяются место и роль совместного предпринимательства как наиболее прогрессивной и комплексной формы долгосрочного экономического, научно-технического и производственного международного сотрудничества, опирающегося на объединение капиталов разных стран и дополняющее традиционные торгово-экономические отношения.

Представим динамику показателей развития СЭЗ «Брест» в таблице 1.

В современных условиях для СЭЗ «Брест» актуальным является привлечение зарубежных партнёров под осуществление совместных инвестиций.

Таблица 1 – Динамика показателей СЭЗ «Брест» за 2017–2019 гг.

Показатели	Годы			Темп роста, % или отклонение (+/-)	
	2017	2018	2019	2018 г. к (от) 2017 г.	2019 г. к (от) 2018 г.
Выручка предприятий СЭЗ «Брест», тыс. р.	3619969	3885511	7164398	107,34	184,39
Численность работников СЭЗ «Брест», ч.	24551	22144	21452	90,20	96,88
Экспорт СЭЗ «Брест», тыс. р.	110306	112411	118870	101,91	105,75
Объем привлеченных инвестиций предприятий СЭЗ «Брест», тыс. р.	90676	93005	97716	102,57	105,07

Примечание – Источник: собственная разработка.

Проиллюстрируем данные показатели на рисунке 1.



Рисунок 1 - Динамика показателей СЭЗ «Брест» за 2017–2019 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка.

Таким образом, совместные предприятия с зарубежными партнерами позволяют решать следующие задачи: сокращение сроков строительства новых предприятий, использование передовых технологий и оборудования в производстве, внедрение маркетинговых и управленческих ноу-хау, внедрение товаров, не доступных на внутреннем рынке, более быстрый выход конкурентоспособной продукции на внешние рынки за валютные средства, а также сокращение нерационального импорта в свободно конвертируемые валюты. Все это способствует повышению эффективности национальной экономики. Создание совместных предприятий является одним из направлений привлечения иностранных инвестиций в экономику страны. Чем их больше, тем эффективнее будет национальная экономика и тем лучше будут условия для интеграции в мировую экономическую систему. Приоритетными направлениями инвестирования являются высокие технологии,

организация импортно-экспортного альтернативного производства, фармацевтическая (медицинские изделия и оборудование), автомобильная, пищевая, электронная и машиностроительная промышленности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О свободных экономических зонах [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 7 дек. 1998 г., № 213-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 13.07.2016 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2020.

2. Жданович, Н. В Гомеле стартует международный Конгресс СЭЗ [Электронный ресурс] / Н. Жданович // СБ-Беларусь сегодня. – 2015. – №65. – Режим доступа : <http://www.sb.by/gomelskaya-oblast/news/v-gomele-startuetmezhdunarodnyy-kongress-sez-.html>. – Дата доступа : 25.09.2020.

Е. ВЫРВЫЧ

Экономика, 1 год обучения

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры философии и экономики

Б. М. ЛЕПЕШКО

ИННОВАЦИИ, ИХ СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ

Научно-технический прогресс, признанный во всем мире в качестве важнейшего фактора экономического развития, все чаще связывается с понятием инновационного процесса.

В широком смысле инновации представляют собой новые технологии, виды услуг, продукты, новые организационные и технические решения производственного, административного, финансового и другого характера.

Само понятие «инновация» впервые появилось в работах культурологов еще в XIX в. и означало введение определенных элементов одной культуры в другую. Определение термина «инновация», предложенное еще в начале XX века Й. Шумпетером, до сих пор остается актуальным. Автор характеризовал инновацию как воплощение в жизнь новой комбинации ресурсов, которая позволяет удовлетворять новые потребности.

В своих работах Й. Шумпетер пробовал определить движущие силы экономической динамики. Им была выдвинута гипотеза о том, что двигателем экономического развития является инновационная деятельность предпринимателя. Его определение инноваций включает в себя не только технические новшества, но и организационные, управленческие и маркетинговые инновации, а также новые рынки, новые источники поставок и новые сочетания ресурсов.

В США теория инноваций получила свое развитие после Второй мировой войны и была связана с именами К. Найта, Х. Барнета, Г. Залтмана.

Инновация, согласно Закону Республики Беларусь – это введенные в гражданский оборот или используемые для собственных нужд новая или усовершенствованная продукция, новая или усовершенствованная технология, новая услуга, новое организационно-техническое решение производственного, административного, коммерческого или иного характера [1].

Инновации представляют собой сложный экономический и организационный процессы, основанные на использовании двух видов потенциала – научного (новейшие технологии) и интеллектуального, связанного со способностью внедрять инновации на всех этапах производственной и коммерческой деятельности. Важным элементом этого процесса является его инвестиционная поддержка – поиск средств и их рациональное использование.

Можно выделить следующие определяющие признаки инноваций:

- инновации всегда связаны с хозяйственным (практическим) использованием оригинальных решений. В этом заключается их отличие от технических изобретений;
- инновации дают конкретную хозяйственную и/или социальную выгоду для пользователя. Эта выгода предопределяет проникновение и распространение инновации на рынке;
- инновации – первое использование новшества на предприятии независимо от того, применялось ли оно где-либо ранее.

Инновационные проблемы становятся все более актуальными в последние годы. Это является отражением растущего общественного понимания того факта, что обновление всех сфер жизни невозможно без инноваций в производстве, управлении и финансах. Это инновации, которые ведут к обновлению рынка, улучшению качества и расширению ассортимента товаров и услуг, созданию новых методов производства, сбыту продукции и повышению эффективности управления.

Актуальность темы исследования обусловлена также тем, что инновации в современной экономике являются мощным фактором

роста ее конкурентоспособности. Конкурентоспособность способствует прогрессу экономики: эффективность производства повышается, создаются условия для концентрации ресурсов в наиболее результативных секторах экономики. Конкурентное окружение побуждает предпринимателей активно внедрять инновации, совершенствовать технологии и рационально использовать ограниченные ресурсы.

В настоящее время инновационное развитие становится важнейшим элементом социально-экономического развития стран и регионов. Рост экономик США, Японии, Южной Кореи, Китая и Индии во многом обусловлен развитием наукоемких производств, разработкой и внедрением инноваций. Без инноваций экономическая система достигла бы стабильного равновесия, которое препятствовало бы дальнейшему развитию национальной экономики.

Таким образом, можно говорить о том, что инновации оказывают заметное влияние на экономику страны; привлечение государственных, частных или смешанных инвестиций приводит к более эффективному развитию инновационной деятельности. Более того, как показал опыт многих стран, успешный переход к инновационной модели функционирования национальной экономики возможен только в том случае, если она воспринимает инновации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 10 июля 2012 г., № 425-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 11.05.2016 г. № 364-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2020.

Ф. ДОВРАНОВ

Бизнес администрирование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: преподаватель кафедры философии и экономики

С. П. РОМАНОВИЧ

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ КАРТ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Сбалансированная система показателей – современная технология эффективного управления, позволяющая компаниям не только разработать выигрышную стратегию, но и успешно ее реализовать. Внедрение сбалансированной системы показателей – стратегический проект, поэтому максимальный эффект можно получить через полгода-год после начала проекта. Однако первые результаты будут заметны сразу.

Одним из основополагающих элементов сбалансированной системы показателей является стратегическая карта: диаграмма или рисунок, описывающий стратегию в виде набора стратегических целей и причинно – следственных связей между ними. При помощи стратегической карты возможно донести до сведения отдельных подразделений и сотрудников организации их роль в реализации стратегии; объяснить, как его индивидуальные цели, проекты и достижения содействуют реализации общей стратегии и ее целей и в конечном счете успеху всей организации.

Создание стратегической карты – необходимый шаг для определения проекций, целей и показателей, а также причинно-следственных связей между ними [1].

Приведем пример подхода к разработке стратегической карты целей технопарков. При условии, что перед технопарком поставлена задача создания благоприятных условий для находящихся на стадии возникновения и становления новых инновационных организаций, оказания им помощи на самых ранних стадиях их развития. Разработаем стратегическую карту целей организации, руководствуясь предлагаемой ниже технологией.

Технология состоит из следующих этапов:

1. Обоснование стратегической инициативы организации, формирование ее стратегии

- определить миссию организации;
- проанализировать и сформировать основные показатели измерения и рынка для своей организации;

- составить основные продуктово-рыночные комбинации, укрупнить их при необходимости.

Например, миссия технопарка – содействие развитию инновационной деятельности организации путем создания и развития инновационной инфраструктуры, поиска возможных деловых партнеров, привлечения инвесторов к реализации инновационных научно-технических проектов и предоставления качественных консалтинговых услуг.

Сформируем основные показатели измерения рынка для своей организации. Или могут быть следующие: исследование и разработка новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов; приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями; приобретение новых и высоких технологий; приобретение компьютерных программ и баз данных, связанных с технологическими инновациями; производственное проектирование, другие виды подготовки производства для выпуска новых продуктов, внедрения новых услуг или методов их производства (передачи); подготовка переподготовка и повышение квалификации персонала, связанные с технологическими инновациями; маркетинговые исследования, связанные с технологическими инновациями; прочие затраты на технологические инновации; объем отгруженной продукции (работ, услуг) собственного производства в фактических отпускных ценах за вычетом налогов и сборов, исчисляемых из выручки, млрд. руб.

Составим основным продуктово-рыночные комбинации и результаты представим в таблице 1.

Таблица 1 – Возможные продуктово-рыночные комбинации технопарков

Категория	Товарно-групповая направленность			
	Приборостроение, машиностроение, электронные технологии	Информационные технологии, профессиональные обеспечение	Экология охрана окружающей среды	Энергетика, энергосбережение
Технология	Робототехника	Нейронные программы	Мусороперерабатывающие технологии	Альтернативная энергетика
Категория потребителей	B2B	B2B	B2B	B2B
Географические рынки	В Республике Беларусь и за пределами	В Республике Беларусь и за пределами	В Республике Беларусь и за пределами	В Республике Беларусь и за пределами

Причинно-следственных отношения стратегии можно представить следующим образом:

2. Выявление причинно-следственных отношений стратегии: финансовая составляющая (финансовое положение организации): какое впечатление организация произведет в случае успеха; клиентская составляющая (клиенты организации и рынок сбыта): какое впечатление об организации должно сложиться у клиентов, чтобы были достигнуты поставленные цели; внутренняя составляющая (внутренние бизнес-процессы): какой из процессов следует довести до совершенства, чтобы удовлетворять клиентов; составляющая обучения и роста (развитие организации и ее персонал): в каком направлении необходимо совершенствоваться, чтобы реализовать концепцию организации.

На основании представлении информации можно предложить следующий стратегическую карту технопарка

Таблица 2 – Пример стратегической карты технопарка

Компоненты стратегической карты	Цели	Показатели	Задачи
финансовая составляющая	прибыльность, доходность задействованного капитала	прибыль	увеличение прибыли
клиентская составляющая	расширение и сохранение клиентской базы	число клиентов	увеличение числа клиентов
внутренняя составляющая	инновационные процессы	количество новых разработок	увеличение количества новых разработок
составляющая обучения и роста	стратегические умение и знания, необходимые персоналу для осуществления стратегии	уровень подготовки персонала	повышение уровня подготовки персонала

Таким образом, руководствуясь предлагаемым подходом к разработке стратегической карты целей технопарков можно проследить причинно – следственные отношения стратегии и, при необходимости, внести корректировку, поправки. Также можно дополнить стратегическую карту комплексом мероприятий, способствующих достижению целей составляющих элементов стратегический карты, что еще больше будет содействовать и реализации общей стратегии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федин, М. Эффективно управлять можно лишь тем, что можно достоверно измерить [Электронный ресурс] / М. Федин // ССП и управление российскими компаниями. – Режим доступа : www.balancedscorecard.ru. – Дата доступа : 11.11.2020.

А. КАДЛУБОВИЧ

Экономика, 2 год обучения

Научный руководитель: кандидат экономических наук, доцент, декан юридического факультета, доцент кафедры философии и экономики

М. В. ВАРАКУЛИНА

МОДЕЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Финансирование системы жилищно-коммунального хозяйства осуществляется за счет государственных средств и частного капитала. Основными формами государственного финансирования являются государственные дотации, субсидии и льготы домохозяйствам, размер которых определяется в соответствии с расходами домохозяйств на жилищно-коммунальные услуги. Существует три основных модели финансирования жилищно-коммунального хозяйства:

Первая модель основана на государственной собственности и управлении. Эта модель используется, например, в Объединенных Арабских Эмиратах, Кувейте, Туркменистане. Граждане этих стран не платят за коммунальные услуги или не оплачивают определенный объем этих услуг. В странах Ближнего Востока это связано с богатством государства. В Туркменистане – нищета подавляющего числа граждан.

В действительности подобная модель использовалась в республиках СССР до 1991 г., когда все предприятия ЖКХ были государственными, убыточными, субсидируемыми. Как известно, это не дало положительных результатов с точки зрения качества оказанных услуг и использования передовых технологий. Можно предположить, что такая модель может быть успешной в том случае, если у государства есть необходимый объем средств для финансирования отрасли, а коррупции нет, либо за счет мощной системы контроля, либо потому, что само государство «принадлежит»

узкому кругу людей, и они не заинтересованы в воровстве у самих себя [2, с. 210].

Особенность второй модели состоит в том, что жилищно-коммунальное хозяйство практически полностью находится в частной собственности и регулируется законами рынка, а вмешательство государства сведено к минимуму. Самый яркий пример использования такой модели – США. Следует отметить, что такая практика сопровождается наличием сильной и независимой судебной-правовой системы, а также сильного конкурентного рынка с множеством игроков, когда отсутствуют риски узурпации и диктата со стороны частных операторов. Пользователи могут легко менять поставщика услуг и почти гарантированно привлекать виновных к ответственности в случае любых нарушений. Республика Беларусь не готова к полному отказу государства от управления этой отраслью именно из-за отсутствия как сильных независимых институтов (в первую очередь, судебной системы), так и из-за ограниченного числа инвесторов в отрасли. Вопросы финансирования также не позволяют говорить об использовании данной модели в настоящее время [1, с. 46].

Хотя в долгосрочной перспективе и при определенных предварительных условиях, как показывает опыт США, такая модель может быть хорошим примером с точки зрения повышения эффективности и внедрения новых технологий [3, с. 401].

Третья, смешанная модель. В этой модели правительство может действовать в качестве регулятора наиболее важных стратегических вопросов (например, устанавливать максимальные тарифы, как в Великобритании), а частные компании предоставляют услуги на конкурентных условиях. Пользователи могут в любой момент выбрать другого поставщика любой услуги из множества существующих на рынке. Более того, система оказания жилищно-коммунальных услуг в Лондоне настолько гибкая, что несколько провайдеров могут использоваться одновременно для оказания одной и той же услуги в разное время суток, а минимальный срок использования выбранного провайдера не превышает неделю. В то же время существует множество проблем, которые необходимо решить, чтобы приблизиться к уровню развития промышленности, достигнутому в развитых зарубежных странах.

Вне зависимости от того, какая модель принята, в развитых странах можно увидеть очень надежную защиту прав граждан в вопросах пользования жилищно-коммунальными услугами. Наиболее показательный пример – опыт Швеции, где существует Жилищный суд. Это позволяет в случае обоснованных претензий граждан рассмотреть их в короткие сроки и очень эффективно. При этом все

понимают, что суд будет защищать права пользователей, а не частных поставщиков услуг.

Таким образом, анализ практики финансирования жилищно-коммунального хозяйства позволяет отметить, что основными источниками государственного финансирования являются: предоставление субсидий, защита малообеспеченных домохозяйств с помощью субсидий и предоставление льгот домохозяйствам. В целях расширения инфраструктуры и повышения качества жилищно-коммунальных услуг расширяется привлечение частного бизнеса в форме государственно-частного партнерства, основными моделями которого являются: договорная модель, модель договора аренды и модель концессионного соглашения. Изучение мирового опыта финансирования жилищно-коммунального хозяйства позволит сформировать представление о возможных путях дальнейшего реформирования этой отрасли в Беларуси.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бегун, В. В. Привлечение прямых иностранных инвестиций / Бегун, В. В. – Инвестиционная деятельность. – 2017.
2. Андреева, Г. М. Инвестиционная деятельность / Г. М. Андреева. – М : Аспект Пресс, 2001. – 185 с.
3. Кузьмин, Е. Инвестиционная деятельность / Е. Кузьмин, Н. Волков. – М : Экономика, 1989. – 395 с.

А. КАДЛУБОВИЧ

Экономика, 2 год обучения

Научный руководитель: кандидат экономических наук, доцент, декан юридического факультета, доцент кафедры философии и экономики

М. В. ВАРАКУЛИНА

ИСТОЧНИКИ И МОДЕЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В СФЕРЕ ЖКХ

Организация финансирования предприятий экологической направленности является одним из важных факторов улучшения экологических показателей государства. Процесс инвестирования в природоохранную деятельность напрямую зависит от имеющихся источников финансирования проектов, программ, мероприятий.

Источники финансирования деятельности предприятий экологической направленности классифицируются на:

- Государственные – прямое финансирование; содержание учреждений Экологического характера; программы; региональные, отраслевые, межотраслевые; финансирование потребителя; косвенное финансирование (льготы).
- Собственные – доходы от основной деятельности; доходы от предпринимательской деятельности [1, с. 55].
- Привлеченные – благотворительные средства; спонсорские средства; гранты; членские взносы; заемные средства; резервные взносы; кредиты.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика источников финансирования предприятий экологической направленности в сфере ЖКХ

Источник	Преимущество	Недостатки
Бюджетные средства	-целевое инвестирование -инвестиции могут предоставляться на безвозмездной основе	- недостаточный объем финансирования - слабый контроль за использованием средств - недостаточная обоснованность использования финансовых средств из-за отсутствия механизма установления приоритетов
Собственные средства	-надежный источник (фактор стабильности финансирования) - предприятие обладает свободой маневра финансовыми ресурсами	- сокращение доли финансирования в тяжелые экономические периоды - ограниченность в объемах
Привлеченные	-подробная проработка инвестиционных проектов - строгий контроль за использованием средств - целевой характер финансирования	- высокие процентные ставки по кредитам - сложность и длительность процедуры кредитования - предоставление финансовых средств связано с выполнением ряда условий

Выделяют несколько основных моделей финансирования предприятий социально-экологической направленности в индустриально развитых государствах:

1 модель. Американская, оказывает косвенное влияние на предприятия экологической направленности в сфере ЖКХ посредством стимулирования спонсорства, а также за счет налоговых

льгот, т.е. косвенными методами. К государствам такого рода можно отнести США и Швейцарию [2, с. 190].

В «американской модели» финансирования государство, тем не менее, не устраняется полностью от финансирования ЖКХ. В основе американской системы лежит сокращение налогов, взимаемых с предприятий сферы ЖКХ. В условиях льготного налогообложения организации теряют меньше средств, чем номинально вкладывают в развитие. Поэтому в странах с прогрессивной системой налогообложения именно крупным фирмам выгодно поддерживать социально-значимые сферы. Выигрывает, в конечном счете, не только предприниматель, но и государство, и общество в целом.

2 модель. Британская, данная модель, принятая в Великобритании, скандинавских странах, Канаде, опирается на принцип «вытянутой руки», согласно которому правительство, определяя общую сумму дотаций на ЖКХ, не участвует в их распределении. Эту функцию осуществляют независимые административные органы, которые, в свою очередь, право распределения финансовых средств передают специальным комитетам и группам экспертов. Подобная практика призвана «держатъ политиков и бюрократов на расстоянии «длины руки» от работы по распределению финансовых средств, а также ограждать социально-значимые учреждения от прямого политического давления и влияния на тарифы. Британский тип финансирования сферы ЖКХ предполагает диверсификацию источников поступающих средств. Бизнес и государство совместно финансируют систему ЖКХ. В Великобритании крайне распространено спонсорство социально-значимых и экологических проектов со стороны корпораций, которые объединяют свои усилия с государством.

3 модель. Романская. В соответствии с данной моделью происходит активное влияние через государственный аппарат на экологические проекты. К группе государств использующих данную модель, можно отнести страны континентальной Европы (кроме ФРГ), – Францию, Испанию и Италию, – и Северной Европы (кроме Норвегии). Это «романская модель» финансирования. Основную часть финансирования экологической сферы берет на себя государство, вследствие чего оно осуществляется достаточно централизованно. Более того, экологические мероприятия разрешено организовывать только правительственным организациям и в некоторых случаях частным лицам, имеющим специальное разрешение. Столь высокий уровень финансирования государством сферы социально-значимых и экологических проектов вызван серьезным отношением к природе и экологии со стороны общества и государства [3, с. 397].

4 модель – Германская Германский тип финансирования предприятий экологической направленности характерен для Германии. В этом случае со стороны центральной власти наблюдается административная поддержка, но основная часть финансирования осуществляется за счет местных бюджетов (субъектов Федерации), а также при помощи различных независимых фондов. Такой тип поддержки социально-значимой сферы предполагает грантовую поддержку. Гранты могут выделяться, как организациями, имеющими право осуществления такого рода деятельности, так и отдельным лицам. Механизмы и условия их предоставления в разных странах существенно отличаются вследствие отличий местного законодательства. Формы грантовой поддержки в странах с Германским типом финансирования могут быть крайне разнообразными.

Таким образом, поддержка социально-значимых экологических проектов из государственного бюджета осуществляется по нескольким каналам: в форме прямого финансирования, при помощи общих и целевых трансферов субнациональным бюджетам, на основе совместного участия органов власти разного уровня в финансировании, через независимые посреднические структуры, с использованием механизмов партнерства, на основе смешанного государственно-частного финансирования

Решение проблемы финансового обеспечения предприятий экологической направленности на современном этапе приведет к устойчивому росту страны в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бегун, В. В. Привлечение прямых иностранных инвестиций / В. В. Бегун. – Инвестиционная деятельность. – 2017.
2. Андреева, Г. М. Инвестиционная деятельность / Г. М. Андреева. – М : Аспект Пресс, 2001. – 185 с.
3. Кузьмин, Е. Инвестиционная деятельность / Е. Кузьмин, Н. Волков. – М : Экономика, 1989. – 395 с.

П. КАЗИМИРЧИК

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ КАК НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Все мы являемся потребителями и совершаем различные виды покупок и услуг. Сейчас для многих обычное дело – альтернатива приобрести товар через интернет, и с каждым годом количество таких покупателей все больше. Интернет становится удобной и в тоже время дешевой «торговой площадкой».

В Беларуси стремительно развивается сегмент интернет-торговли. Ускорение этому процессу придали современные реалии, которые требуют дистанцирования и бесконтактных методов приобретения товаров, а также мобильность и доступность интернет-коммуникаций.

В период пандемии коронавируса модуль интернет-торговли показал самый бурный рост за всю свою историю. Пандемия и принимаемые из-за нее карантинные меры стали своего рода «штормом» для всей мировой экономики. Если до карантина интернет-магазины были лишь одной из возможностей купить товар, то во время самоизоляции других вариантов у потребителя просто не было.

По законодательству Республики Беларусь субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю с использованием сети Интернет только через интернет-магазины, зарегистрированные в Торговом реестре, и с использованием доменного имени, право на администрирование которого получено субъектом торговли в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь. Под установленным порядком подразумевается следующее:

во-первых, доменное имя интернет-магазина должно быть зарегистрировано только в национальной доменной зоне с использованием доменного имени «.by» или «.бел»;

во-вторых, хостинг интернет-магазина должен находиться в пределах Республики Беларусь;

в-третьих, сайт интернет-магазина должен быть зарегистрирован в Государственном реестре информационных сетей, систем и ресурсов [1].

В соответствии с законом Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» прописаны требования к осуществлению торговли с использованием сети Интернет:

1. Торговля может осуществляться с использованием сети Интернет с учетом запретов и ограничений, которые установлены законодательными актами Республики Беларусь и постановлениями Совета Министров Республики Беларусь.

2. При осуществлении торговли с использованием сети Интернет информационные сети, системы и ресурсы используются в порядке, которые определены законодательными актами Республики Беларусь.

3. Субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю с использованием сети Интернет только через интернет-магазины, зарегистрированные в Торговом реестре, и с использованием доменного имени, право на администрирование которого получено субъектом торговли в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

4. Порядок регистрации интернет-магазинов в Торговом реестре определяется Советом Министров Республики Беларусь [2].

Когда потребитель приобретает товар через интернет-магазин, то до его сведения должна доводиться следующая информация: во-первых, наименование продавца (фирменное наименование), место его нахождения, если продавцом является организация; во-вторых, фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется), информация о его государственной регистрации и наименование органа, осуществившего его государственную регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя, место жительства, если продавцом является индивидуальный предприниматель; в-третьих, дата регистрации в Торговом реестре РБ; в-четвертых, образец документа, подтверждающего факт приобретения товара, который продавец обязан выдавать покупателю вместе с товаром. А также информация о возможности оплаты товара путем дистанционного перечисления денежных средств; информация о товаре; режим работы магазина [3].

По оперативным данным Торгового реестра Беларуси, количество интернет-магазинов за последние пять лет увеличилось на 10922 (или на 93,9%) и на 1 января 2020 года составило 22552.

По состоянию на 1 июля 2020 года в Торговом реестре зарегистрирован 24021 интернет-магазин (прирост к началу 2020 года – 6,5%, или 1469 единиц), из которых 11406 (47,5%) принадлежат юридическим лицам, 12615 (52,5%) – индивидуальным предпринимателям [4].

Количество зарегистрированных интернет-магазинов в разрезе областей по данным государственного информационного агентства Беларуси БелТА составляет:

Брестская область – 1355 (5,7%); Витебская область – 911 (3,9%); Гомельская область – 1114 (4,7%); Гродненская область – 985 (4,2%); Минская область – 3671 (15,4%); Могилевская область – 932 (4,0%).

По данным очередного исследования E-data, проведенного маркетплейсом Deal.by, в 2020 году онлайн-продажи показали самые высокие темпы роста с 2018-го. Такие показатели обусловлены увеличением онлайн-покупок белорусов во время самоизоляции.

По оценке Deal.by, в сравнении с прошлым годом за восемь с половиной месяцев 2020-го года товарооборот в интернете вырос на 30%. Согласно Белстата, вся розница за аналогичный период прибавила 8%. Активность покупателей на некоторых площадках в период апрель-июнь выросла в два и более раза [5].

Подавляющее большинство белорусов покупают в интернете технику и электронику, одежду, обувь и аксессуары, товары для детей, косметику и парфюмерию. За последний год вырос спрос на электронику и технику, косметические средства по уходу за собой, спортивные товары.

Главным поводом, по которому белорусы приходят в интернет за покупками, является цена и большой выбор. Цена останется основным показателем роста покупателей в интернете. На втором месте стоит широта ассортимента. В онлайн ниже цены и больше выбор, чем в обычных магазинах. Также отметим такие факторы: отсутствие личного контакта с продавцом, возможность никуда не ходить и удобную доставку.

Основные преграды, которые, по мнению белорусов, мешают им покупать онлайн: а) нельзя увидеть товар; б) сложно уточнить через интернет важные характеристики и удобнее купить в обычном магазине; в) есть вариант остаться обманутым; г) качество товара можно оценить только «на глаз». Но с каждым годом влияние этих факторов на покупателей уменьшается, а сильнее всего с 2018-го упало значение таких характеристик, как «нет времени ждать доставку» и «нет гарантии от подделок».

Плюсы интернет-торговли очевидны: 1) возможность произвести покупку, не покидая дома; 2) за короткое время ознакомиться с широким перечнем товаров, которые предложены на ряде тематических сайтов; 3) рассчитаться за приобретенное посредством электронных денег.

На сегодняшний день создание интернет-магазинов является одним из перспективных направлений отечественного онлайн

бизнеса. Бурное развитие технологий обусловило неожиданный всплеск интереса потребителей к данному направлению.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Юридические вопросы, связанные с работой интернет-магазина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://beseller.by>. – Дата доступа : 31.10.2020.

2. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь № 128-З от 08.01.2014 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <https://pravo.by>. – Дата доступа : 01.11.2020.

3. Об утверждении правил продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г., № 31 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <https://pravo.by>. – Дата доступа : 01.11.2020.

4. Государственное информационное агентство Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.belta.by/>. – Дата доступа : 31.10.2020.

5. Новостной интернет-портал Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://belretail.by>. – Дата доступа : 31.10.2020.

Ж. КОЗИНСКАЯ

Экономика, 2 год обучения

Научный руководитель: кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой философии и экономики

Д. А. ПЕТРУКОВИЧ

БРЕНДИНГ В СУБЪЕКТАХ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Бренд – (англ. brand – символ, который отличает компанию от конкурентов) совокупность представлений, ассоциаций, эмоций и ценностей в головах потенциальных клиентов. Бренд закрепляется в сознании человека. [1, с. 37].

Брендинг – это формирование представлений, ассоциаций и ценностей в головах потенциальных клиентов. Его цель – увеличить ценность товара или услуги для потенциального потребителя [1, с. 37].

Для инновационного бизнеса бренд – это возможность успешнее взаимодействовать с рабочей аудиторией и добавлять определенную стоимость своим продуктам или услугам.

Брендинг в инновационных организациях лучше всего базировать на следующих этапах, разработанных на базе практики [2, с. 45]:

- Исследования на начальном этапе. На этой стадии исследуется научно-технологический рынок сбыта продукции или предоставления услуг. Отбор полученной информации формируется по следующим разработанным направлениям: изучение схожих брендов, анализ поведения конкурентов, планируемое положение создаваемого бренда (категория на рынке) и характеристики рынка сбыта (динамика развития рынка и уровень заполнения направленности в сфере инноваций);

- Создание и формирование бренда. Качественное создание и продвижение бренда невозможно без формирования его названия. При выборе имени учитывается фонетический фактор, длина слов в названии, специфика области или региона, привязка к научному направлению деятельности и т.д.

Продвижение нового бренда на рынок высокотехнологичных направлений – сложный, поэтапный, продолжительный бизнес-процесс, цель которого – признание, узнаваемость инновационными организациями, положительная репутация технопарка, технополиса, технополя и т.д. Чтобы бренд таких организаций стал успешным и престижным, следует сделать упор на качество и компетентность – это необходимое условие завоевания масштабной по численности аудитории среди конкурентов на инновационном рынке.

Стратегии продвижения бренда научно-технологического направления могут включать в себя достаточно сложный многоэтапный путь, позволяющий добиться поставленной цели в сфере инноваций.

Путем анализа зарубежной практики научно-технологических парков, а также сравнения данного анализа с белорусской спецификой, необходимо обратить внимание на следующие разработанные в процессе исследования шесть направлений:

1. Совокупная стратегия: определяются первоначальные цели брендинга и методы, за счет которых можно достичь научно-технологического прогресса.

2. Продвижение и поэтапный отбор целевой аудитории: анализируются социально-демографические и психологические характеристики потенциальных резидентов, а также потенциальных пользователей услуг данного вида организаций.

3. Обозначение: выделение главных преимуществ бренда в сфере инноваций, а также основных характеристик, отличающих его от конкурентов. Производится анализ влияния выбранной стратегии на состояние резидентов.

4. Подбор соответствующего перечня услуг и установка ценовой сегментации, отличной от конкурентов.

5. Выбор основных и дополнительных каналов реализации передовых услуг, а также необходимых направлений, для установления долгосрочных партнерских взаимоотношений.

6. Продвижение и коммуникации: подбор приоритетных и наиболее эффективных вариантов продвижения, подключение SEO-оптимизации мировой Сети к процессу брендинга.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что для успешного формирования корпоративных преимуществ у белорусских научно-технологических организаций, а также организаций, работающих в сфере инноваций, можно предложить одну из стратегий продвижения бренда, которая базируется на внедрении использования в своей деятельности выставки высоких технологий.

Построение стратегии продвижения бренда широко распространено как на отечественном, так и на мировом рынке. В условиях современной экономики каждая организация в сфере инноваций содействует с социумом, для того, чтобы оставаться востребованным.

Традиционно, при участии на базе выставочного комплекса технопарками и другими организациями, работающим в данном направлении, могут проводиться различные отраслевые экспозиции и деловые программы. Организации, которые принимают участие, имеют возможность не только презентовать свою продукцию, но и получить максимальную отдачу от выставки путем увеличения количества резидентов и максимизации своей добавочной стоимости.

Также еще одним результативным мероприятием будет внедрение стратегических деловых программ, направленных на решение бизнес-вопросов в сфере инноваций и поиск приоритетных путей для их развития. Множество лидирующих специалистов в таких сферах делятся своими исследования и бизнес-планами, способствующими результативному усовершенствованию организации и построению эффективной стратегии продвижения бренда на отечественный и мировой рынки.

Основной причиной, почему организации в определенный период стали акцентировать внимание на брендинге – это создание добавочной стоимости продукта. Например, для Силиконовой долины добавочная стоимость бренда составляет 2/3 дохода: стоимость продукта приносит 50 млрд долларов в год, а бренд – 120 млрд долларов. Международные исследования свидетельствуют, что добавочная стоимость некоторых брендов, особенно в инновационном сегменте может составлять до 60–70%. В недвижимости добавочная стоимость бренда при комплексном подходе может составлять в среднем +10–20% от стоимости квадратного метра в проектах бизнес- и премиум-классе.

Сфера научных технологий – это стремительно развивающаяся область современной науки и техники. В настоящее время появляются **новые изобретения**, технологии и проектировочные решения, запускаются все новые, инновационные и **прогрессивно мыслящие организации**, которые ставят перед собой цели и создают возможности для их достижения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Багиев, Г. Л. Маркетинг. Стандарт третьего поколения : учеб. для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2012. – 37 с.
2. Душкина, М. Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология: учеб. пособие / М. Р. Душкина. – СПб. : Питер, 2010. – 45 с.
3. Семенова, Е. А. Бренд-Менеджмент / Е. А. Семенова – СПб. : Питер, 2008. – 22 с.

Э. Э. КОНСТАНТИН ВОЛЬВАЧЕВ, Т. ОНИЩУК

Экономика, 2 год обучения

Научный руководитель: кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

Л. С. МАКАРОВА

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В последнее время к документам, подтверждающим стабильность, надежность и перспективность компании, таким как стратегический бизнес-план, прибавился сертификат на соответствие системы менеджмента качества требованиям стандарта ISO 9001. Грамотное внедрение этой системы позволит получить целый ряд преимуществ: повысить управляемость компании, конкурентоспособность и качество продукции и услуг, снизить издержки, сделать компанию клиентоориентированной.

Система менеджмента качества (СМК) – это система, обеспечивающая эффективную работу предприятия, в том числе и в области управления качеством выпускаемой продукции. Наиболее эффективными при создании СМК считаются требования, зафиксированные в международных стандартах ISO серии 9000. Стандарты серии ISO 9000 – пакет документов по обеспечению качества, пригодный для достижения стабильно высокого качества работы практически любой организации независимо от ее отраслевой принадлежности [1, с. 14]. При этом версии стандартов серии ISO постоянно обновляются, что дает возможность максимально полно использовать новые инструменты управления качеством. Совокупность стандартов, обеспечивающих внедрение системного подхода к управлению качеством на белорусских предприятиях, включает три основных стандарта;

1) СТБ ISO 9000: 2015 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь». Описывает основные постулаты систем менеджмента качества, являющихся объектом стандартов семейства ИСО 9000, и определяет соответствующие термины.

2) СТБ ISO 9001: 2015 «Системы менеджмента качества. Требования». Направлен на использование процессного подхода при разработке, внедрении и повышении результативности СМК для повышения удовлетворенности потребителя путем выполнения его требований [2, с. 1];

3) СТБ ISO 9004: 2010 «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход с позиции менеджмента качества». Позволяет предприятиям повысить качество услуг и продукции с помощью самооценки.

Требования к системе управления качеством, существующие с 2015 г., предполагают возможность использование процессного подхода для повышения удовлетворенности потребителя методом выполнения его требований. Процессный подход дает возможность предприятиям оперативно реагировать на действия конкурентов и возникающие отклонения от нормативных показателей качества. Необходимым условием является формализация и описание бизнес-процессов, действующих в компании, выделение ответственных менеджеров, внедрение элементов управления качеством на всех этапах создания продукции и ее доведения до потребителя, что требует наличия у ответственных работников высокой квалификации в области управления качеством.

Управление качеством на белорусских предприятиях может быть осуществлено с использованием цикла PDCA совместно с ориентацией на мышление на основе рисков, что дает возможность получить преимущества от возможностей и предотвратить нежелательные результаты.

Цикл PDCA, кратко может быть описан следующим образом:

- Планируй: установить цели системы и ее процессов, а также ресурсы, необходимые для получения результатов в соответствии с требованиями потребителей и политикой организации, а также идентифицировать и рассмотреть риски и возможности;

- Делай: выполнить то, что было запланировано;

- Проверь: осуществить мониторинг и (если применимо) измерение процессов, а также полученную в результате продукцию и услуги по отношению к политике, целям, требованиям и планируемой деятельности и отчитаться о результатах;

- Действуй: осуществить действия по улучшению пригодности в той мере, в какой необходимо [2, с. 3].

Применение в системе менеджмента качества процессного подхода позволяет обеспечить:

- a) понимание и постоянное выполнение требований;

- b) рассмотрение процессов с точки зрения добавленной ценности;

- c) достижение пригодности для обеспечения результативности процесса;

- d) улучшение процессов на основе оценивания данных и информации.

Стандарт ИСО 9001 версии 2015 г. позволяет организации использовать процессный подход, объединенный с циклом PDCA и мышлением на основе рисков, чтобы интегрировать или согласовывать свою систему менеджмента качества с требованиями других существующих стандартов на имеющиеся системы менеджмента.

Стандарт 9001 связан с ISO 9000 и ISO 9004 следующим образом. ISO 9000 «Системы менеджмента качества. Фундаментальные основы и терминология» предоставляет важнейшую основу для правильного понимания и внедрения стандарта 9001. ISO 9004 «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества» предоставляет руководство для организаций, которые продвигаются за пределы требований стандарта 9001.

Для того чтобы построить систему менеджмента качества в соответствии со стандартами ISO 9001 версии 2015 г., в компании должны быть созданы следующие элементы СМК:

- документ, в котором необходимо сформулировать цели и задачи СМК, а также принципы их достижения («политика в области качества»);
- соответствующая «Политике в области качества» система взаимосвязанных и взаимодополняющих процессов;
- нормативные документы, описывающие и регулирующие бизнес-процессы деятельности в рамках СМК;
- эффективный механизм реализации требований, регламентированных нормативной базой;
- подготовленный персонал организации [1, с. 18].

При формировании всех этих элементов должны учитываться основные принципы менеджмента качества.

Описанные бизнес-процессы необходимо постоянно оптимизировать, то есть устранить все несоответствия требованиям стандарта и дублирующие процессы, а также разработать новые процессы согласно правилам действующего стандарта. Наиболее часто в компаниях отсутствует процесс «Оценка удовлетворенности потребителей», который по стандарту является необходимым. Поэтому нужно разработать систему показателей, а также процедуры, необходимые для реализации и мониторинга данного процесса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Назаренко, В. Конкурентоспособность должна стать общей стратегией / В. Назаренко // Стандартизация. – 2015. – № 3. – С. 13–21.

2. Субботенко, А. И. Управление качеством [Электронный ресурс] / А. И. Субботенко, С. В. Основин / БГЭУ. – Минск, 2015. – Режим доступа : <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/19958>. – Дата доступа : 21.04.2020.

О. КОРЗАН

Экономика, 2 год обучения

Научный руководитель: кандидат педагогических наук,
доцент, заведующий кафедрой философии и экономики

Д. А. ПЕТРУКОВИЧ

СОВРЕМЕННЫЕ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ МОТИВАЦИЕЙ ТРУДА РАБОТНИКОВ УЧРЕЖДЕНИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Процесс перехода Республики Беларусь от экономики с центральным планированием к рыночным отношениям повлек за собой интенсивный рост потребности населения в качественном медицинском обслуживании. На первый план в предоставлении медицинских услуг вышли высокие стандарты охраны здоровья и качества медицинского обслуживания. Однако, стимулирующих факторов для персонала учреждений здравоохранения, в большей мере, предусмотрено не было. В результате, обострилась проблема кадрового обеспечения учреждений здравоохранения квалифицированным персоналом.

Известно, что работники могут, как активно способствовать росту эффективной деятельности учреждения, так и безразлично относиться к результатам деятельности. Эффективно работать и приносить пользу учреждению, может только заинтересованный в своей работе и удовлетворенный ею человек. Это и является главной задачей продуманной системы мотивации труда: создание таких условий для сотрудника, при которых у него будет желание работать более эффективно.

При проведении исследования факторов мотивации труда работников учреждений здравоохранения, нами было выявлено, что преобладающее значение получили внутренние факторы (содержание работы, личные достижения, карьера, ответственность). Внешние факторы, такие как финансовые мотивы, общественное признание, отношения с руководством, отношения с коллективом, были на порядок ниже [1].

Значимость в разрезе внешних и внутренних факторов мотивации труда для сотрудников учреждений здравоохранения представлены на рисунках 1 и 2 соответственно.

Следует отметить, что в результате проведения нами сравнительного анализа между государственными и частными учреждениями здравоохранения, было выявлено, что большинство работников частных медицинских центров испытывают потребность в структурированной и общественно значимой работе, а вот сотрудники государственных учреждений здравоохранения в своем большинстве стремятся к высокой заработной плате и материальным вознаграждениям.



Рисунок 1 – Значимость внешних факторов для сотрудников УЗ

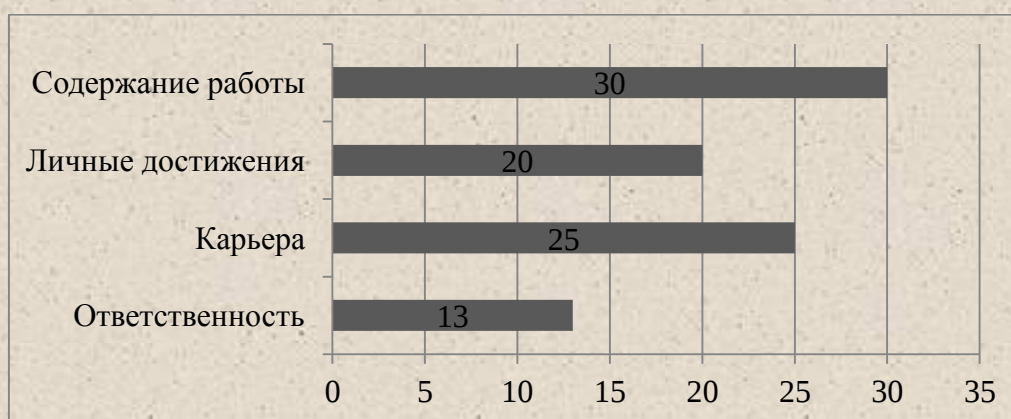


Рисунок 2 – Значимость внутренних факторов для сотрудников УЗ

В процессе разработки методики формирования устойчивой мотивации труда работников учреждений здравоохранения, нами предложено создание системы мотивации труда в учреждениях здравоохранения, где учитывалось бы влияние как внутренних, так и внешних факторов, так, как только комплексное стимулирование труда может дать эффективный результат, который и является конечной целью мотивации сотрудников.

Нами предложены следующие этапы разработки системы мотивации в учреждениях здравоохранения:

- подготовка;
- изучение персонала;
- анализ систем мотивации сотрудников из других учреждений;
- опрос сотрудников;
- информирование персонала;
- внедрение системы мотивации труда [2].

В результате проработки вопроса мотивации труда работников учреждений здравоохранения, нами выделены основные методы формирования материальной и нематериальной мотивации у сотрудников, которые должна включать система мотивации учреждений здравоохранения.

Если говорить о материальном стимулировании сотрудников, то это может быть обеспечение заработной платы, которая значительно выше, чем в других учреждениях, участие сотрудников в прибыли учреждения, возмещение расходов, связанных с питанием, транспортом, лечением, оплата дополнительного медицинского страхования, гарантия социальной защищенности, выделение средств, позволяющее принимать участие в жилищном строительстве.

Нематериальная мотивация работников учреждений здравоохранения должна включать продвижение по карьерной лестнице, создание условий для обучения и развития, поощрение успехов сотрудников грамотами и благодарностями в присутствии коллектива, проведение тимбилдингов, создание комфортной зоны отдыха.

В результате работы нами предложены методические рекомендации по разработке системы мотивации труда учреждений здравоохранения, которые включают:

- введение в штат специалиста, занимающегося вопросами управления мотивацией труда;
- реализация действенных методик изучения мотивов персонала (например, экспертный опрос);
- формирование экспертной группы;
- создание структурного подразделения, которое бы решало задачу определения и управления мотивацией труда работников учреждения;
- деятельность данного структурного подразделения должна быть направлена на достижение сбалансированности регуляторов мотивации и главных мотиваторов;
- реализация формы мотивации по результату [2].

В завершение, необходимо подчеркнуть, достойная заработная плата напрямую не относится к методикам поощрения без применения дополнительных материальных или нематериальных стимулов. Несомненно, одним из основных стимулов для большинства сотрудников является высокий и стабильный доход. При этом, было бы серьезной ошибкой, не учитывать такие важные стимуляторы, как эмоциональная атмосфера в коллективе, социальная защищенность, повышение квалификации за счет учреждения. И это только основные критерии мотивации, на самом деле их гораздо больше. Только комплексная система мотивации с обязательным учётом эмоциональной и материальной составляющей позволит добиться от сотрудников полной самоотдачи на работе, максимальной эффективности и продуктивности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Факторы мотивации персонала в менеджменте [Электронный ресурс] // Директор по персоналу. – Режим доступа : <https://www.hr-director.ru/article/66158-qqq-16-m7-14-07-2016-factory-motivatsii-personala>. – Дата доступа : 03.11.2020.

2. Формирование мотивации персонала: методы, условия и процессы [Электронный ресурс] // Директор по персоналу. – Режим доступа : <https://www.hr-director.ru/article/66774-formirovanie-motivatsii-personala-18-m1>. – Дата доступа : 03.11.2020.

О. КУХАРЧУК

Экономика, 2 год обучения

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ЗАО «ОПТИМАЛСЕРВИС» КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Главная цель финансовой деятельности предприятия сводится к одной стратегической задаче – наращиванию собственного капитала и укреплению рыночных позиций. Для этого оно должно постоянно наращивать объем продаж и прибыль, поддерживать платежеспособность и рентабельность, а также оптимальную

структуру актива и пассива баланса.

Если предприятие финансово устойчиво, платежеспособно, оно имеет конкурентное преимущество перед другими предприятиями того же профиля в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров.

Таким образом, оно не вступает в конфликт с государством и обществом, так как выплачивает своевременно налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату рабочим и служащим, дивиденды акционерам, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплаты процентов по ним.

Чем выше финансовая устойчивость предприятия, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры, и тем меньше риск оказаться неконкурентоспособным [1, с. 233].

С целью определения путей улучшения финансового состояния как фактора повышения конкурентоспособности ЗАО «Оптималсервис», специализирующемся на проектировании и строительстве систем газоснабжения, проведен анализ его финансовой устойчивости и платежеспособности.

В соответствии с Инструкцией о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [2] определены коэффициенты оценки финансового состояния ЗАО «Оптималсервис».

Прибыльность деятельности обеспечила предприятию высокую платежеспособность и финансовую устойчивость. В то же время присутствует негативная тенденция снижения значений отдельных коэффициентов, диагностирующих финансовое состояние. Коэффициенты оценки платежеспособности предприятия за период 2017–2019 гг. представлены в таблице.

Таблица – Коэффициенты оценки ликвидности и платежеспособности ЗАО «Оптималсервис» за 2017–2019 гг.

Показатели	2017	2018	2019	Нормативное значение
Коэффициент текущей ликвидности	2,45	2,15	2,32	$\geq 1,0$
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,59	0,54	0,57	$\geq 0,1$
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	0,15	0,18	0,19	$\leq 0,85$

Высокие показатели ликвидности способствуют высокой платежеспособности и финансовой устойчивости.

В ходе исследования проведена оценка уровня

конкурентоспособности ЗАО «Оптимальсервис» с использованием следующей системы критериев её составляющих: качество работ и услуг; соблюдение сроков строительства объектов; стоимость строительства и уровень финансовой устойчивости и платежеспособности.

Оценка конкурентоспособности произведена в сравнении с наиболее близкими по структуре выполняемых работ организациями (ОАО «Стройгаз» и УП «Брестская СПМК-9»), как наиболее конкурентоспособными.

По совокупности оценки конкурентоспособности по принятым критериям получено следующее ранжирование конкурентов:

1. УП «Брестская СПМК-9» – 325,0 баллов.
2. ОАО «Стройгаз» – 323,1 балла.
3. ЗАО «Оптимальсервис» – 306,5 баллов.

По совокупности критериев конкурентоспособности можно сделать вывод, что ЗАО «Оптимальсервис» уступает УП «Брестская СПМК-9» и ОАО «Стройгаз» из-за более низкого уровня финансовой устойчивости и платежеспособности по сравнению с ними.

Следовательно, повышение уровня финансовой устойчивости и платежеспособности является резервом повышения конкурентоспособности анализируемой строительной организации.

Так как основным источником собственного капитала предприятия, позволяющего повысить финансовую устойчивость в процессе финансово-хозяйственной деятельности является прибыль, то предприятию требуются в первую очередь мероприятия, позволяющие получить прирост прибыли и возможность увеличения собственного капитала.

Мероприятия по повышению финансовой устойчивости и платежеспособности организации должны быть направлены на (см. рисунок):

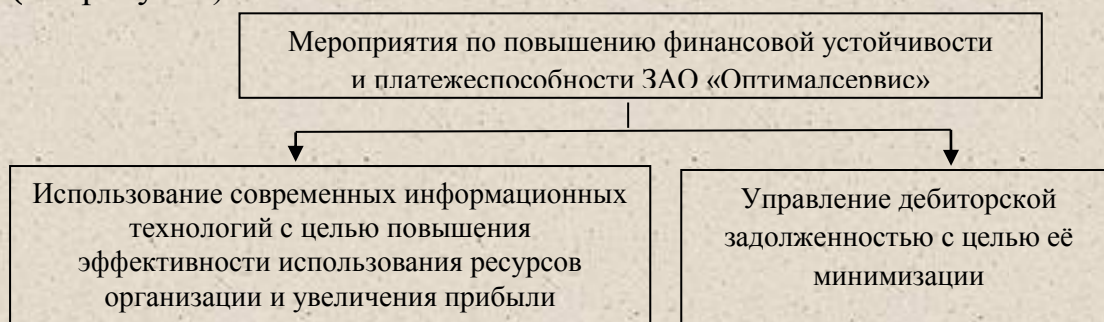


Рисунок – Мероприятия по повышению платежеспособности ЗАО «Оптимальсервис»

В целях минимизации дебиторской задолженности предлагается внедрить в ЗАО «Оптимальсервис» систему планирования и

управления дебиторской задолженностью. Для реализации данного предложения необходимо внедрить в практическую деятельность планирование дебиторской задолженности, разработку и утверждение ее лимитов и нормативов, а в случае необходимости, планирование ее снижения, как в целом, так и отдельно по товарным кредитам, выданным авансам и в разрезе отдельных групп дебиторов и формирование оптимальных размеров дебиторской задолженности.

Одним из наиболее перспективных направлений совершенствования механизма обеспечения конкурентного устойчивого развития в ЗАО «Оптималсервис» в настоящее время является внедрение ERP-систем, которые получили наибольшую известность среди систем управления предприятием. ERP-системы позволяют поддерживать весь цикл управления, включая планирование, контроль и регулирование, и охватывают всю основную деятельность предприятия, позволяя оптимизировать основные процессы.

В ходе исследования определено, что использование предложенных мероприятий позволит ЗАО «Оптималсервис» получить экономический эффект от их внедрения в сумме 140 тыс. руб., что будет способствовать улучшению финансового состояния в целом и платежеспособности, в частности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – 14-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 649 с.

2. Об утверждении инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : Постановление Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь от 27.12.2011 № 140/206 : с изм. и доп. от 4 октября 2017 г. № 33/23 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2020.

С. КУХАРЧУК

Экономика, 1 год обучения

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

КРАУДФАНДИНГОВАЯ ПЛАТФОРМА УЛЕЙ

Улей (Ulej.by) – первая краудфандинговая платформа Беларуси, то есть площадка для коллективного финансирования идей. Проект официально начал свою работу 22 апреля 2015 года.

За первый год существования было собрано свыше 1,4 млрд белорусских рублей (~80.000 USD) финансирования на 41 проект, благодаря более чем 3100 спонсоров. При этом 40 % кампаний завершились успешно, что является одним из наиболее высоких показателей среди краудфандинговых площадок СНГ и мира [1].

Механизм действует как в пословице «С мира по нитке», когда все желающие сбрасываются на реализацию того или иного проекта. Пользователям достаточно указать данные платежной карты и на счете заблокируется определенная сумма. «Улей» работает по принципу «Все или ничего»: проекты, которые не набрали нужную сумму, признаются несостоявшимися, а деньги возвращаются на карты плательщиков. Если же сумма набирается, автор проекта получает деньги, а все, кто его поддержал, – определенные бонусы. Например, упоминание в титрах фильма, билет на предпремьерный показ или подарочный музыкальный альбом. При этом в случае успеха «Улей», банк и платежная система взимают общую комиссию в размере 12 %. Еще один важный нюанс: если полученная сумма превысит 43.660.000 рублей, автору необходимо будет заплатить подоходный налог в размере 13%.

Успешные проекты на площадке Улей:

1. «Голоса утопии». Светлана Алексиевич – первый белорусский лауреат Нобелевской премии. Высшую литературную награду мира ей вручили в 2015 году «за многоголосное творчество – памятник страданию и мужеству в наше время». Тогда же издательство «Логвінаў» решило выпустить легендарные книги нобелевского лауреата на белорусском языке – все сразу, впервые без цензорских правок, в едином дизайне и, главное, в новейшем переводе лучших авторов страны. Еще до завершения краудфандинга, удалось собрать 582% суммы – вместо необходимых 40 тысяч рублей получилось 232 860.

2. «Дыши легко, Витебск!». Покупка трех кислородных концентраторов (аналог ИВЛ) и средств защиты для сотрудников Витебской больницы. Этот проект был успешно профинансирован 4 апреля 2020 года. Необходимая сумма сбора 9 400 рублей. Собрано 74 503 рубля.

3. «Zhart». Лимитированная коллекция маек с дизайнерскими принтами о нашей стране. Успешно профинансирован проект 22 мая 2017 года. Удалось собрать 246 % суммы – 44 275 рублей вместо необходимых 18 000 рублей [2].

Таким образом, белорусский краудфандинг не сбавляет свои обороты. Количество запускающихся проектов растет с каждым месяцем. В общей сложности было собрано 300 000 \$. Вопреки скепсису, в Беларуси этот способ привлечения финансирования на свои идеи только развивается. Всего за это время на Ulej.by было запущено и завершено 316 проектов. Каждый третий проект становится успешным (собирает 100% и больше от заявленной суммы). Наиболее популярными категориями на площадке являются – литература, музыка, социальные проекты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. История белорусского краудфандинга только начинается [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://socnews.by/activism/2017/07/28/article_40046. – Дата доступа : 07.11.2020.

2. Проекты рекордсмены [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ulej.by/projects?category=&type=record>. – Дата доступа : 07.11.2020.

А. ЛЕВЧУК

Экономика, 2 год обучения

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор,
профессор кафедры философии и экономики

Б. М. ЛЕПЕШКО

ПРИНЦИП КОНТРОЛЛИНГА В УПРАВЛЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ИМУЩЕСТВОМ

Проблемы управления собственностью занимают важное место в развитии социально-экономической системы как в Республики Беларусь, так и составляющих ее регионов. Имеющаяся необходимость эффективного, качественного управления государственным имуществом, должна обеспечивать поступление доходов в бюджеты всех уровней на основе совершенствования анализа, организации, контроля и регулирования. Контроль является основополагающим фактором управления государственным имуществом.

Так, согласно Указу Президента Республики Беларусь от 16 октября 2009 г. №510 «О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь» установлен единый порядок организации и проведения проверок, права и обязанности участников контрольной (надзорной) деятельности.

Согласно Указу контрольная (надзорная) деятельность направлена на осуществление мер профилактического и предупредительного характера, реализуемых контролирующими (надзорными) органами во взаимодействии с субъектами, подлежащими контролю (надзору), в том числе путем:

- проведения мониторинга, направления рекомендаций по устранению и недопущению недостатков, выявленных в результате мониторинга;
- проведения разъяснительной работы о порядке соблюдения требований законодательства, применения его положений на практике;
- информирования субъектов (включая использование средств глобальной компьютерной сети Интернет, средств массовой информации) о типичных нарушениях, выявляемых в ходе проверок контролирующими (надзорными) органами;
- проведение семинаров, круглых столов и другого [1].

Проведение проверок осуществляется с учетом выявления недостатков в управлении государственным имуществом. С 2017 года

характер контрольной деятельности изменился, плановые проверки стали выборочными.

По результатам проводимой контрольной деятельности в организациях учитываются основные нарушения:

- нарушение порядка расчета арендной платы при сдаче в аренду государственного имущества;
- не обеспечение контроля за своевременным перечислением в бюджет средств, полученных от сдачи имущества в аренду;
- некачественное проведение инвентаризации основных средств;
- не включение неиспользуемых объектов недвижимости в календарный график вовлечения в хозяйственный оборот, сноса неиспользуемого и неэффективно используемого государственного имущества;
- неполное представление информации по объектам недвижимости, включенным в базу данных Единого реестра государственного имущества.

Устранение данных нарушений способствуют улучшению использованию государственного имущества. Существует принцип, основанный на методологии контроллинга, который предусмотрен концепцией контроллинга и осуществляет взаимодействие между стратегическими и оперативными целями государственного органа и различными подсистемами, и их элементами, а механизм координации является основой механизма.

Принцип мониторинга комплексной эффективности использования государственного имущества подразумевает своевременное выявление и учёт допустимого варианта развития с оценкой действия рисков на конечные цели. Данный принцип включает в себя: выявление и учёт повторяющихся закономерностей, а также выбор параметров и процессов для контроля, который отвечает за максимальную целесообразность в данный момент на основании прогнозируемых и стратегических целей. Кроме того, необходимо учесть своевременное реагирование субъектами управления на возможные варианты изменения функционирования объекта управления информации. Стоит обратить внимание на оперативное принятие решений, так как промежуток времени между событием и реакцией на него не должен превышать время, необходимое для эффективного решения возникшей проблемы.

Применение рассмотренного принципа в процессе выбора критериев эффективности принятия решений при управлении государственным имуществом, взятым на основе методологии контроллинга, способствует обеспечению более высокого качества управления, как отдельными объектами собственности, так и всей

системой государственного имущества в целом, а также совершенствованию системы управления и переходу к инновационному типу развития [2].

Основанный принцип развития государственной собственности в рамках идеологии контроллинга учитывает дальнейшее развитие системы совершенствования контроллинга в целом, а также возможность ее изменения и адаптации. Другими словами, придерживаясь данного принципа, следует учесть возможность дальнейшего развития совершенствования системы для обеспечения её соответствия, изменяющимся внешним и внутренним факторам, которые в свою очередь обеспечивают возможность включения новых моделей, совместимых с имеющими значительное влияние на расширение функций.

Так, принцип развития государственным имуществом, предполагает возможность проведения анализа предыдущих состояний системы, а также в системе управления государственным имуществом тенденций для определения закономерностей её функционирования и развития в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь от 16 октября 2009 г., № 510 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Брест, 2020.

2. Принцип контроллинга в Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://edoc.bseu.by>. – Дата доступа : 01.10.2020 г.

И. ЛЫЩИК

Экономика, 1 год обучения

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор,
профессор кафедры философии и экономики

Б. М. ЛЕПЕШКО

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ ОТДЕЛА ПО ОБРАЗОВАНИЮ КАМЕНЕЦКОГО РАЙОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА

В организациях, финансируемых из государственного бюджета, существует специфика критериев оценки их финансового положения, обусловленная тем, что средства, получаемые ими, регламентированы и выделяются на основании утвержденных вышестоящими органами смет расходов и используются строго по назначению. Источником финансирования отдела по образованию Каменецкого районного исполнительного комитета (далее – отдел по образованию Каменецкого райисполкома) является районный бюджет. Отдел не имеет бюджетных доходов, расходы финансируются из бюджета согласно сметы.

Суть анализа финансового положения бюджетной организации заключается в проверке соответствия сумм финансирования сметным назначениям, а также фактических расходов – сметным назначениям, а также в проверке правильности определения размеров финансирования.

Для обеспечения своей деятельности отдел по образованию Каменецкого райисполкома осуществляет денежные расходы.

Исходя из двойственного характера расходов отдела по образованию Каменецкого райисполкома, они подразделяются на кассовые расходы по бюджетному финансированию и фактические расходы. Кассовый расход – это операция по списанию средств со счета в банке или со счета органа казначейства в оплату обязательств отдела по образованию Каменецкого райисполкома, подлежащих оплате за счет средств соответствующего бюджета.

В отделе по образованию Каменецкого райисполкома, финансируемого через казначейскую систему, кассовыми расходами считаются расходы, оплаченные с текущего счета территориального органа казначейства и с текущих счетов отдела в банке. Возврат денежных средств на счет территориального органа казначейства восстанавливает (уменьшает) кассовые расходы [1].

В качестве источников информации для анализа финансового состояния организаций используются: отчет об исполнении бюджетной сметы (форма 2).

Структура кассовых расходов отдела по образованию Каменецкого райисполкома и её изменение за 2017–2019 гг. представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Изменение структуры кассовых расходов отдела по образованию Каменецкого райисполкома за 2017–2019 гг.

Наименование статей сметы	Кассовые расходы 2017 г., %	Кассовые расходы 2018 г., %	Кассовые расходы 2019 г., %	Изменение 2018 г. к 2017 г., %	Изменение 2019 г. к 2018 г., %
Заработная плата	56,27	56,71	54,81	+0,44	-1,90
Начисления на зарплату	19,34	19,43	18,75	+0,09	-0,68
Приобретение предметов снабжения и расходных материалов	6,96	6,78	7,54	-0,20	+0,76
Командировочные расходы	0,04	0,02	0,02	-0,02	0,0
Оплата транспортных услуг	1,81	1,74	1,78	-0,07	-0,03
Оплата услуг связи	0,11	0,11	0,11	-	-
Оплата коммунальных услуг	10,90	10,47	10,54	-0,43	+0,07
Прочие текущие расходы	1,72	1,42	2,45	-0,30	+1,03
Текущие бюджетные трансферты	2,44	2,58	2,60	+0,14	+0,02
Капитальные расходы	0,41	0,74	1,40	+0,33	+0,66
Всего расходов	100,0	100,0	100,0	-	-

В соответствии с данными таблицы 1 в 2019 году основной удельный вес кассовых расходов занимали расходы на заработную плату, которые составили 54,81% и начисления на неё – 18,75%.

На протяжении всего исследуемого периода наблюдалось повышение расходов по статье капитальные расходы. С каждым годом показатель по данной статье стремился вверх. В 2018 г. по сравнению с 2017 г. кассовые расходы по статье заработная плата с начислениями увеличились на 0,53%. В 2019 г. к 2018 г. наиболее значительные изменения в кассовых расходах наблюдались в увеличении прочих текущих расходов на 1,03% и увеличении по приобретению предметов снабжения и расходных материалов на 0,76%.

Таким образом, изучив таблицу 1 можно увидеть, что кассовые расходы имеют рост к уровню 2017 г. по всем статьям сметы.

Изучив данный материал можно сделать вывод, что основным фактором изменения величины, динамики и структуры кассовых расходов отдела по образованию Каменецкого райисполкома в 2017–2019 гг. является изменение суммы заработной платы с начислениями.

В настоящее время в подчинении отдела по образованию Каменецкого райисполкома находится 43 учреждения образования, из которых 36 располагаются в сельской местности. Демографическая ситуация в Каменецком районе сложилась таким образом, что в некоторых сельских школах наполняемость составляет 50–55 учащихся. В свою очередь количество руководящих работников, педагогического персонала и учебно-вспомогательного персонала в таких учреждениях образования составляет 20–25 работников.

Из этого следует, что содержать малокомплектные учреждения образования экономически не выгодно, т.к. значительная часть бюджетных средств расходуется на оплату труда сотрудникам и содержание данных учреждений. Для оптимизации кассовых расходов целесообразно закрыть либо реорганизовать малокомплектные учреждения образования, организовать подвоз учащихся в ближайшие учреждения образования с наибольшим количеством учащихся и более лучшим материально-техническим обеспечением. Персоналу из данных учреждений предложить трудоустройство в ближайших учреждениях образования или по месту жительства (для приезжих). Незадействованное в учебном процессе государственное недвижимое имущество продать в соответствии с нормативными правовыми актами Республики Беларусь либо сдать в аренду для занятия предпринимательской деятельности.

Для сокращения кассовых расходов отдела по образованию Каменецкого райисполкома выделяемых бюджетных средств дополнительно можно ввести следующие мероприятия:

- ужесточить контроль за эксплуатацией служебного автотранспорта. Исключить использование автомобилей в выходные и праздничные дни, кроме случаев оперативных выездов. Запретить эксплуатацию автомобилей, выработавших установленную месячную норму пробега. Произвести перевод автомобилей на газовое оборудование;
- за счет своевременного профилактического ремонта тепловых узлов и своевременной подготовки зданий к зимним условиям уменьшить потери тепловой энергии;
- продолжать минимально использовать электроосвещение в коридорах, переходах зданий, складских помещениях;

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ефимова, О. В. Как анализировать финансовое положение предприятия // О. В. Ефимова. – Мн. : Выш. Школа, 2001. – 475 с.

А. МАЛАЯ

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ БЕЛАРУСИ И МИРОВОЙ РЫНОК

Количество иностранных граждан, которым оказываются медицинские услуги на территории Республики Беларусь с каждым годом увеличивается, страну ежегодно посещают около 160 тыс. иностранных пациентов. Также увеличивается и средний чек на оказанные медицинские услуги с 91 долл. США в 2010 г. до 232 долл. США в 2019 г. [1]. Таким образом, можно констатировать, Беларусь уже вышла на мировой рынок медицинских услуг, однако не существует явно выраженной специализации страны в области экспорта медицинских услуг.

Проанализируем основные направления медицинской специализации страны.

1. Трансплантация органов и тканей.

По количеству трансплантаций органов Республика Беларусь находится на первом месте и опережает страны СНГ: например, в стране проводится 18 операций на 1 млн. населения, в России – 9,2, в Украине – 2,2. Высокая трансплантационная активность в республике сохраняется также по пересадке гемопоэтических стволовых клеток и костного мозга.

В Республику Беларусь иностранные пациенты приезжают со всего мира, ежегодно хирурги проводят сотни трансплантаций пациентам, а также производят пересадки тканей и стволовых клеток человека. В РНПЦ трансплантации органов и тканей с 2010 г. летальность составляет менее 1%, что также привлекает иностранных пациентов из стран мира; по трансплантации печени летальность в Республике Беларусь составляет 4%, в Германии – 5–14% [2]. Белорусские специалисты-трансплантологи постоянно повышают свою квалификацию, проходят стажировки в лучших клиниках США,

Великобритании, Германии. Стоимость трансплантологии по всем видам в Республике Беларусь в несколько раз меньше, чем в других странах: трансплантация печени стоит 110 тыс. долл., почки – 55 тыс., сердца – 70–80 тыс. [3].

2. Онкология.

В Республике Беларусь внедрены новые методы лечения: термохимиотерапия при распространенном раке легкого, трансплантация гемопоэтических стволовых клеток.

В РНПЦ детской онкологии, гематологии и иммунологии 7% пациентов – иностранные [4]. Основные потребители медицинских услуг приезжают из России, Украины, Казахстана, Европы и Америки. 92 иностранных пациента из 100 приезжают для стационарного лечения, 8 – для высокотехнологичных операций, пересадок костного мозга. В РНПЦ один из самых современных уровней лечения – 74% детей выживают. В Республике Беларусь используются современная диагностика, которая позволяет вылечить в 85% случаев самую распространенную раковую болезнь – острый лимфобластный лейкоз [4].

3. Травматология и ортопедия.

В Беларуси с 2009 года, кроме эндопротезирования коленных и тазобедренных суставов, выполняется эндопротезирование плечевого и голеностопного суставов; артроскопические вмешательства на крупных суставах, в основном на коленном, операции при поперечном плоскостопии у женщин, хирургия кисти и детская ортопедия. Основные потребители данного вида медицинских услуг – пациенты из России, Украины, Прибалтики. Иностранцев привлекает и невысокая по сравнению с мировыми аналогами цена, и высокий уровень оказания травматолого-ортопедической помощи.

4. Оториноларингология.

Производится восстановление у детей до года просвета гортани и трахеи, микрохирургические операции по коррекции носовой перегородки, кохлеарная имплантация. Иностранцев привлекает цена медицинских услуг. Например, кохлеарная имплантация стоит в Беларуси 15000–35000 долл., что ниже, чем в других странах мира, проводящих подобного рода операции.

5. Стоматология.

По оценкам экспертов [5], ежегодный рост экспорта стоматологических услуг составляет 14%, 70% из этой суммы получено в государственных организациях здравоохранения. Остальная часть экспорта стоматологических услуг приходится на организации негосударственной формы. Основные потребители стоматологических услуг – граждане Российской Федерации. Больше всего их привлекают следующие факторы: цены, которые в 2–2,5 раза

ниже российских, высокоточное лечение с применением современных технологий.

6. Гинекология.

Во Всемирном рейтинге материнства (2014), Республика Беларусь занимает 26 место среди всех стран мира, обогнав Японию, США, Израиль. Так как показатели младенческой и материнской смертности Республики Беларусь, находятся на низком уровне. Внедряются различные методики органосохраняющих операций в гинекологии, в отечественных перинатальных центрах выхаживаются дети с массой 500 граммов, чего нет в большинстве стран мира.

7. Пластическая хирургия.

Очень популярны у иностранных пациентов услуги пластических хирургов: 50% обратившихся в белорусские центры составляют пациенты из США, Германии и стран Балтии. Если сравнивать стоимость пластических операций в Беларуси и Европе, то в Беларуси она в несколько раз ниже (изменение формы носа 1500 долл. в Беларуси и 5000–6000 в Европе, операции по увеличению груди 3000 долл. в Беларуси и 5000–8000 в Европе).

8. Санаторно-курортное лечение и реабилитация.

В Республике Беларусь существуют уникальные возможности для восстановления организма, в стране 324 аттестованные санаторно-курортные и оздоровительные организации на 67,4 тыс. койко-мест, в том числе 113 санаторно-курортных организаций на 28,9 тыс. мест, 211 оздоровительных организаций на 38,5 тыс. мест [6].

Количество людей, приезжающих в Республику Беларусь на курорты и в санатории постоянно растет – 37% путевок в санатории Республики Беларусь приобретаются иностранными гражданами, более 80% путевок покупают жители Российской Федерации. Остальная часть путевок в санатории Республики Беларусь приобретают жители Литвы, Латвии, Эстонии, Польши, Израиля и других стран. Двухнедельный курс в санаториях Республики Беларусь стоит порядка 600–1000 долл. США, в цену входит трехразовое питание и медицинские услуги.

9. Уникальные услуги – спелеолечение.

В Республике Беларусь действует единственный спелярий в СНГ – специально оборудованный в лечебный корпус тоннель, где уже закончена добыча руды. В спелеолечебнице на глубине 420 метров оборудованы палаты, кабинеты медперсонала, залы ЛФК, комнаты отдыха, терренкур для дозированной ходьбы. Его уникальность для пациентов состоит в том, что в редком сочетании пластов красной (сильвинит) и белой (галит) соли, которое одновременно способствует разжижению мокроты и обладает мощным антибактериальным, противоаллергическим действием.

Один день в больнице спелеолечения стоит иностранному пациенту от 600 до 1500 долл. США.

Таким образом, наличие платных медицинских услуг в Республике Беларусь востребовано на мировом рынке. Основными направлениями медицинской специализации страны являются: трансплантация органов и тканей, онкология, травматология и ортопедия, оториноларингология, стоматология, гинекология, пластическая хирургия, санаторно-курортное лечение и реабилитация. Основными потребителями медицинских услуг считается Россия, Украина, Польша, Казахстан, Германия, Великобритания, США, страны Балтии. Иностранцев привлекает невысокая по сравнению с мировыми аналогами цена оказываемых медицинских услуг (2–2,5 раза ниже), а также высокий уровень оказания помощи, с применением современных технологий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Данные Министерства здравоохранения Республики Беларусь.
2. Руммо, О. На весах последней надежды / О. Руммо // Советская Белоруссия. – №92 (24722). – 19 мая 2015.
3. Сайт 9 городской клинической больницы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.m9gkb.by/prensa/prensa/262-otdavai-svoi-organy-ofitsialnootkazalis-46-belorusov>. – Дата доступа : 05.11.2020.
4. РНПЦ детской онкологии, гематологии и иммунологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://oncology.by/press>. – Дата доступа : 05. 11. 2020.
5. Матвеев, А. В. В Беларуси экспорт медицинских услуг ежегодно возрастает на 14% / А. В. Матвеев // Информационный городской портал агентства «Минскновости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://minsknews.by/blog/2016/02/25/v-belarusi-eksport-meditsinskih-uslug-vstomatologii-ezhegodno-vozrastaet-na-14>. – Дата доступа : 05.11.2020.
6. Более 216 тыс. иностранцев отдохнули в белорусских здравницах в прошлом году [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belta.by/society/view/bolee-216-tys-inostrantsev-otdohnuli-vbelorusskih-zdravnitsah-v-proshlom-godu-233488-2017/>. – Дата доступа : 05.11.2020.

Е. МАЦВЕЙ

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

РЕПЕТИТОРСТВО КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Очень мощное развитие рынка репетиторских услуг не могло быть вне перемен, происходящих в образовательной системе нашей страны. Дополнительное частное образование тесно взаимосвязано с постоянными изменениями в государственной образовательной системе и достаточно быстро подстраивается под эти изменения как в методике преподавания, так и в объеме получаемых и требуемых знаний. Можем ли мы рассматривать репетиторство как положительный вариант получения стандартного образования? Выделим несколько существенных положительных сторон предоставления репетиторских услуг.

Обеспечение занятости населения. В настоящее время значительная часть действующих педагогов предлагает свои услуги проведения частных уроков. Педагоги, вышедшие на пенсию или оставившие работу в силу различных обстоятельств в образовательных учреждениях, также активно включаются в такого рода деятельность как репетиторство.

Повышение доходов населения. Репетиторство позволяет получать дополнительный доход к основной заработной плате педагогу либо быть основным доходом педагога.

Повышение среднего уровня образования в учебных заведениях. В высших и профессиональных учебных заведениях, где студенты имеют возможность обучаться на бюджетной основе, используется практика снижения стоимости обучения или переход с платной системы обучения на бесплатную для студентов, имеющих высокие отметки [1].

Репетиторство становится важным условием для повышения своего уровня образования, если затраты на репетитора превышают настоящий или будущий доход.

Конкуренция между репетиторами. Конкуренция между репетиторами приводит к соперничеству между педагогами, из-за этого повышается качество предлагаемой услуги, а также снижение цен на эту услугу. Конкуренция между репетиторами заставляет их разрабатывать и применять новые методики преподавания. Качество

услуг должно определяться конечным продуктом, т. е. поставленной перед репетитором целью, а именно поступление ученика в вуз различного уровня, поддержка стандартного уровня знаний для школьников и студентов или получение удовлетворительного уровня знаний.

Повышение эффективности обучения в начальной школе. В последнее время широкое развитие получило репетиторство для дошкольников, в том числе и учащихся начальной школы. Получение этой услуги обеспечивает поступление ребенка в выбранную для него родителями школу или гимназию. Стимулирование подобных репетиторских услуг, организованных в виде подготовительных или частных курсов, может при подготовке ребенка в школу выявить его способности, некоторые возможности, заложенный природой и воспитанием потенциал.

В соответствии с действующим законодательством (статья 295 Налогового кодекса РБ) к услугам репетиторов относятся консультативные услуги по отдельным учебным предметам, учебным дисциплинам, образовательным областям, темам, в том числе помощь в подготовке к централизованному тестированию, осуществляемые посредством индивидуальной педагогической деятельности, без привлечения иных физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам [2].

Репетиторство – индивидуальная трудовая педагогическая деятельность, которая представляет собой учебные занятия преподавателя с отдельным лицом или группой лиц с целью закрепления знаний по школьной программе или углубленного изучения учебных дисциплин для сдачи выпускных экзаменов, поступления в различные высшие и другие учебные заведения или иных целей [3].

Репетитор может проводить индивидуальные и групповые занятия по различным дисциплинам. Репетитор – специалист, который закрепляет старый, пройденный материал. Также репетиторством является преподаватель, который проводит дополнительные индивидуальные занятия, помогая усвоить необходимые знания. Репетиторством будет являться помощь в подготовке к централизованному тестированию.

К репетиторству в Беларуси не относятся: обучение вокальному мастерству; курсы иностранных языков; обучение работе ди-джея; услуги личного тренера; занятия по вязанию, шитью, маникюру, дизайну, праву, гимнастике, здоровому образу жизни и т.п.; обучение различным ремеслам; написание курсовых и дипломных работ; изготовление чертежей.

Дополнительные занятия с репетитором предполагают преодоление трудностей в изучении учебных предметов и отдельных тем.

Оказывать услуги репетитора можно в рамках предпринимательской деятельности либо по заявительному принципу, другими словами, без регистрации в качестве индивидуального предпринимателя [4].

В большинстве случаев репетиторы осуществляют деятельность по заявительному принципу. Нет необходимости вести учет полученных доходов и бланков строгой отчетности и предоставлять в налоговую инспекцию налоговые декларации. Расчет с потребителями за оказанные услуги осуществляется без оформления документов, подтверждающих прием наличных денежных средств [1].

Репетиторы Беларуси могут осуществлять деятельность в качестве физического лица с уплатой единого налога и ИП.

Достоинствами осуществления деятельности без регистрации ИП являются: отсутствие учёта и оформления приёма денежных средств, необязательность уплаты пенсионных взносов. Недостатки: фиксированная ставка налога, ограниченность предоставляемых услуг.

Репетитор ИП не платит пенсионные взносы, поскольку у него уже имеется основное место работы. ИП применяет упрощённую систему налогообложения с уплатой 5% от фактически полученной выручки. ИП может оказывать дополнительные услуги: продажа пособий, проведение онлайн-курсов и др.

Для того, чтобы осуществлять репетиторскую деятельность, до начала оказания репетиторских услуг необходимо сообщить в налоговый орган по месту жительства о намерении осуществлять репетиторскую деятельность, написав соответствующее заявление, и уплатить единый налог.

Исходя из вида деятельности и места его осуществления, налоговый орган производит расчет единого налога, который должен быть уплачен до оказания услуг. Ставки единого налога утверждены решением Брестского областного Совета депутатов от 16.12.2016 №218 «Об установлении ставок единого налога с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц».

Репетиторы в Бресте оплачивают налог в сумме 27,02 рубля в месяц. Единый налог платится лишь в том случае, если осуществлялась непосредственная деятельность.

Если налоговые органы выявят, что гражданин занимается репетиторством без уплаты единого налога, будет начислен единый налог в размере ставки налога, установленной в населенном пункте, в котором вы занимаетесь репетиторством. Если такое

нарушение выявят повторно, то придется уплатить налог в пятикратном размере [2].

Приступать к работе репетитора можно после того, как выполнены указанные действия. Для того, чтобы репетитору начать свою деятельность без государственной регистрации, надо зайти в налоговую инспекцию и подать заявление об осуществлении деятельности репетитора и заплатить единый налог. В заявлении указывается место оказания услуг и период оказания услуг.

Необходимо подождать пару дней, если до обращения не был присвоен УНН (учётный номер налогоплательщика).

Никакого учёта выручки вести не надо. Правил приёма денежных средств не установлено. Для своей гарантии можно оформлять расписки. Репетитор не имеет право принимать оплату в валюте. Стоимость услуг можно указывать в валюте с оплатой в белорусских рублях по курсу Нацбанка [2].

Ограничений по способам расчётов для репетиторов не предусмотрено (почтовый или банковский перевод, наличные). Можно открыть счёт в банке, для получения оплаты за предоставляемые услуги. Можно использовать расчёты электронными деньгами, например, QIWI, WebMoney и др. Даже можно через ЕРИП с использованием сервиса «E-POS» по QR-коду.

В последнее время использование услуг репетитора семьей является во многих случаях условием продолжения дальнейшего желаемого образования детей. Но из-за ограниченности в достатке семьи или ее административно-территориального нахождения не все родители в состоянии оплатить или даже принять услуги репетитора. А это означает, что талантливые и способные дети могут оказаться вне образовательной системы.

Репетиторство – это отличная возможность для предпринимателей заниматься любимым делом и при этом неплохо зарабатывать. Совершенствуя свои умения и навыки, получая новые знания, повышая квалификацию и компетентность, педагог, оказывающий услуги репетитора, всегда будет востребован. Индивидуальная педагогическая деятельность может стать хорошим началом карьеры предпринимателя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Легальное репетиторство: платить налоги [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://city-brest.gov.by/ru>. – Дата доступа : 31.10.2020.

2. Репетиторы Беларуси налоги и предметы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://nalog-belarus.by/>. – Дата доступа : 05.11.2020.

3. Национальная педагогическая энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://didacts.ru>. – Дата доступа : 05.11.2020.

4. Налогообложение доходов и имущества физлиц, деятельности самозанятых лиц, ремесленной деятельности и деятельности в сфере агроэкотуризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://pravo.by/novosti/>. – Дата доступа : 31.10.2020.

О. МАШАРОВА

Экономика, 1 год обучения

Научный руководитель: кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

Л. С. МАКАРОВА

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Как известно, для качественного выполнения маркетингового исследования необходим поиск и сбор необходимой для анализа маркетинговой информации с использованием различных взаимодополняющих источников и методов ее получения, а также сочетание ретроспективного анализа и перспективного прогноза экономических показателей. Кроме того, каждому этапу маркетингового исследования присущ специфический методологический инструментарий. Так, на стадии сбора маркетинговых данных применяются поисковые методы, которые позволяют получать информацию из внутренних и внешних источников. Обработка маркетинговой информации осуществляется с помощью комплекса аналитических инструментов. С целью предсказания тенденций развития экономической системы используются методы прогнозирования. Итак, в зависимости от стадии исследовательского процесса, в системе внешне ориентированных методов целесообразно выделить поисковые или методы получения маркетинговой информации и аналитико-прогностические методы маркетинговых исследований.

На сегодняшний день существует много различных исследовательских методик и технологий, применяемых в процессе сбора маркетинговых данных, однако все они подпадают под общую довольно простую и понятную схему маркетинговых мероприятий, а

выбор конкретного метода получения маркетинговой информации определяется целью и характером исследования, особенностями изучаемого объекта, величиной имеющихся финансовых ресурсов и тому подобное.

В ситуациях, когда оперативную маркетинговую информацию о предприятии и рыночной ситуации необходимо собрать в течение крайне короткого промежутка времени, наиболее целесообразным способом ее получения является проведение кабинетных маркетинговых исследований, предусматривающих изучение текущего состояния предприятия, обзор рыночной ситуации и основных тенденций ее развития с помощью оперативного сбора и анализа вторичной маркетинговой информации из внутренних и внешних источников. Данный метод особенно эффективен, учитывая небольшие затраты времени и финансовых ресурсов для его реализации, а также нестабильность бизнес-среды, когда результаты проведения длительных и дорогостоящих маркетинговых исследований могут оказаться неактуальными, в связи с динамическими изменениями условий рынка.

Обычно для получения внешних и внутренних вторичных маркетинговых данных используется мониторинг, то есть постоянное отслеживание повседневной, интересной с точки зрения маркетинга внутрикорпоративной информации и сведений о состоянии внешней бизнес-среды. Самым распространенным способом получения внутренней вторичной маркетинговой информации является анализ текущей внутрифирменной документации и обмен информацией между сотрудниками. Источниками внешней вторичной маркетинговой информации являются СМИ, Интернет, обзор периодических статистических и отраслевых изданий, общение с деловыми партнерами, посещение промышленных ярмарок, выставок, дней открытых дверей, дружеских встреч, участие в семинарах, совещаниях и собраниях, анализ выводов предыдущих исследований, приобретение сведений от независимых поставщиков информации и т.д.

Среди методов кабинетных исследований ученый Г. И. Косенков выделяет также метод исследования подобных случаев, который предусматривает анализ подобных ситуаций в других отраслях экономики, секторах рынка или регионах [2, с. 31].

Как правило, при работе с вторичной маркетинговой информацией исследователь разрабатывает значительные массивы информационных ресурсов, выбирает необходимые для исследования данные и приводит их к удобному для практического использования виду. Получение вторичной информации из общедоступных источников осуществляется с помощью методов анализа документов

(desk-research). Учитывая логику протекания и специфику проведения исследования, М. М. Ерошенко, С. А. Ерохин [3, с. 105], В. А. Полторак [1, с. 105–111] и другие ученые выделяют неформализованные (традиционные) и формализованные методы анализа документов. Так, анализ документов с помощью неформализованных методов предполагает преобразование существующей информации в удобное для анализа вид, ее интерпретация и толкование содержания. При этом исследуются вид и форма документа, время и место его появления, авторы и инициаторы, осуществляется анализ качества, надежности, достоверности и объективности приведенных фактов и расчетов. Формализованные методы предусматривают унифицированные методики регистрации содержания документов, благодаря которым осуществляется автоматизированная регистрация и обработка информации с помощью компьютерных программ [3, с. 105]. Самым распространенным формализованным методом является контент-анализ (анализ содержания), суть которого заключается в переводе текстовой информации в количественные показатели, к которым можно применять методы статистического анализа [1, с. 109].

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ерохин, В. Развивая эффективный бизнес – система сбалансированных показателей [Электронный ресурс] / В. Ерохин // Мир знаний. – Режим доступа : <http://tinyurl.com/ybq6u3xv>. – Дата доступа : 25.10.2020.
2. Косенков, Г. И. Маркетинговые исследования / Г. И. Косенков. – Москва : Сокровища, 2004. – 464 с.
3. Ерошенко, С. А. Маркетинг для магистров : учеб. пособие : в 2 т. / М. М. Ерошенко, С. А. Ерохина ; под. ред. М. М. Ерошенко. – М. : Национальная академия управления, 2007. – Т. 1. – 604 с.

О. МЛЫНЧИК

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ОАО «ЭКЗОН»

ОАО «Экзон» является коммерческой организацией, имеет обособленное имущество, самостоятельный баланс, печать, штампы, бланки со своим наименованием, собственную эмблему, товарный знак, а также расчетные счета. В структуре общества нет унитарных предприятий, филиалов и представительств. Учредителем других обществ и товариществ ОАО «Экзон» не является. Открытое акционерное общество «Экзон» работает на отечественном фармацевтическом рынке с 1995 года. Предприятие производит продукцию, отвечающую всем стандартам качества. Коллектив предприятия заинтересован в сотрудничестве с отечественными и зарубежными партнерами. В настоящий момент на предприятии работают пять технологических линий:

- 1) линия производства сиропов,
- 2) линия производства гематогенов,
- 3) линия производства порошков и гранул,
- 4) линия производства таблеток,
- 5) линия производства мазей.

Предприятие производит продукцию европейского качества, используя высококачественное сырье. Вся продукция, производимая ОАО «Экзон», зарегистрирована Министерством здравоохранения Республики Беларусь.

Производство продукции осуществляется на основании промышленных регламентов, технологических инструкций, стандартных операционных процедур (СОП). На предприятии действует собственная служба обеспечения и контроля качества. Квалифицированный персонал выполняет работы по входному, промежуточному контролю сырья и материалов, а также осуществляет контроль качества готовой продукции, контролирует хранение и реализацию.

Сегодня «Экзон» обеспечивает работой и стабильной зарплатой порядка 270 человек, среди которых есть и те, кто стоял у истоков создания этого современного предприятия.

В настоящий момент на предприятии работают следующие технологические участки: участок производства сиропов, участок

производства гематогенов, участок производства таблеток, участок производства порошков и гранул для приготовления раствора для приема внутрь, участок фасовки и упаковки готовых лекарственных средств.

В производственной структуре предприятия 50% занимают гематогены, по 20% – сиропы и таблетки и 10% – порошки.

Предприятие производит продукцию, отвечающую всем стандартам качества. ОАО «Экзон» заинтересован в сотрудничестве с отечественными и зарубежными партнерами. Сегодня предприятие выпускает около 100 наименований различной продукции: гематогенов, энерговитов, сиропов, а также таблеток, порошков, капсул и других лекарственных средств. Важным направлением в работе предприятия является импортозамещение.

Завод производит ряд дженериков – аналогов оригинальных препаратов. По своему качеству они нисколько не уступают зарубежным аналогам, а стоят на порядок дешевле.

Отслеживая тенденции современного рынка, в обществе наметилась тенденция на здоровый образ жизни и профилактику различных заболеваний. И здесь у завода тоже есть много интересных предложений. В первую очередь, это традиционные гематогены разных видов и сиропы на основе натуральных растительных компонентов: лекарственных трав и ягод черники, клюквы и т.д. А новинкой производства является «Аквазон» – биологически активная добавка к пище на основе вытяжки из морских водорослей, богатых минералами и микроэлементами.

ОАО «Экзон» из года в год наращивает объем производства, расширяет ассортимент и увеличивают экспорт продукции, пятую часть которой отправляют зарубежным потребителям: в Латвию, Литву, Казахстан, Германию, США, Молдову, Украину, Грузию, Россию, Азербайджан и другие страны. Впечатляет то, что на общем фоне снижения экспорта белорусских товаров дрогичинское предприятие успешно удерживает и расширяет заграничные рынки сбыта. В текущем году в страны ближнего и дальнего зарубежья местные производители отправили продукции на сумму 1млн. 820 тыс. долларов.

В среднем за месяц здесь выпускают продукции на сумму около 8 млрд. рублей, рентабельность производства составляет 32%, рентабельность продаж – 22%, среднемесячная зарплата превысила показатель в 1000 рублей.

В 2019 году было произведено:

21 549 100 – Плиток гематогена

6 706 300 – Упаковок таблеток

1 310 300 – Флаконов сиропов

899 900 – Упаковок порошков и гранул

400 300 – Прочая продукция

Но в 2020 году финансовое положение предприятия «Экзон» резко ухудшилось. Объем производства сократился на 20 процентов, а складские помещения переполнены готовой продукцией.

Таким образом, ОАО «Экзон» успешно работает уже 25 лет на фармацевтическом рынке и является конкурентом для других предприятий, выпуская продукцию высокого качества и по доступной цене.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ОАО «Экзон» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ekzon.by/>. – Дата доступа : 06.11.2020.

2. Как спустя 25 лет работает фармацевтическое предприятие ОАО «Экзон» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.drogichin.by/>. – Дата доступа : 07.11.2020.

3. ОАО «ЭКЗОН» – В СТАДИИ РАЗВИТИЯ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://news-21-by.turbopages.org/news.21>. – Дата доступа : 06.11.2020.

4. Анализ валовой прибыли в ОАО «Экзон» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://knowledge.allbest.ru>. – Дата доступа : 03.11.2020.

5. ОАО «Экзон»: будьте здоровы! [Электронный ресурс]. – Режим доступа : – <https://belta-by>. – Дата доступа : 05.11.2020.

М. ОЛЕЙНИК

Экономика, 1 год обучения

Научный руководитель: кандидат экономических наук, доцент, декан юридического факультета, доцент кафедры философии и экономики

М. В. ВАРАКУЛИНА

ПРИМЕНЕНИЕ СПОСОБОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОТИВАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Побуждение работников к труду и росту результативности осуществляется с помощью методов мотивации, представляющих собой способы целенаправленного воздействия на работников организации. В основе их классификации лежат те мотивы, на активизацию которых они ориентированы.

Оплата труда выступает как основная форма его экономической мотивации. Сущность экономической мотивации персонала организации заключается в использовании различных форм материального вознаграждения за количество и качество труда, а также материальных санкций (штрафов) за несоответствующее его качество и недостаточное количество [1, с. 19].

Основными требованиями, предъявляемыми к системе экономической мотивации персонала, являются:

- наличие единой системы формирования материальных вознаграждений для каждой категории работников;
- персонифицированность материального вознаграждения каждого работника в зависимости от конечных результатов его труда. При этом работник должен знать, что является конечным результатом его труда, в чем он измеряется и кто занимается этими измерениями. А так же должен видеть связь своей личной результативности с полученным вознаграждением;
- открытость (прозрачность) системы оплаты труда работников всех категорий;
- премия – награда, а не надбавка к зарплате. Размер премии должен вызывать уважение. Премия является хорошим мотиватором только в том случае, если она правильно позиционируется в сознании руководителя и работника. Мотивационное значение премии максимально в том случае, если премия выплачивается за достижение конкретного результата (или за одобряемое в организации поведение). И это не просто деньги, а средство удовлетворения потребностей работника в уважении и самореализации;
- работника лучше премировать, чем штрафовать. Система мотивации должна акцентировать внимание на позитивных поступках сотрудников и игнорировать негативные. Позитивные последствия поступков (поощрения) ведут к их закреплению, негативные (наказания) – к уменьшению вероятности совершения таких поступков, игнорирование – к медленному уменьшению вероятности их совершения [2, с. 47].

Экономическая мотивация, рассматриваемая как процесс, теоретически может быть представлена в виде шести следующих одна за другой стадий [3, с. 101].

Первая стадия возникновение потребностей. Потребность проявляется в виде того, что работник начинает ощущать, что ему чего-то не хватает. Проявляется она в конкретное время и начинает «требовать» от работника, чтобы он нашел возможность и предпринял какие-то шаги для ее устранения.

Вторая стадия поиск путей удовлетворения потребности. Раз потребность возникла и создает проблемы, то работник начинает

искать возможности устранить ее: удовлетворить, подавить, игнорировать. Возникает необходимость что-то предпринять.

Третья стадия определение целей (направления) действия. Работник фиксирует, что и какими средствами он должен делать, чего добиться, что получить для того, чтобы удовлетворить потребность [3, с. 102].

Четвертая стадия осуществление действия. На этой стадии работник затрачивает усилия для того, чтобы осуществить действия, которые в конечном счете должны предоставить ему возможность получения чего-то, чтобы удовлетворить потребность.

Пятая стадия получение вознаграждения за осуществление действия. Прделав определенную работу, работник либо непосредственно получает то, что он может использовать для удовлетворения потребности, либо то, что он может обменять на желаемый для него объект. На данной стадии выясняется то, насколько выполнение действий дало желаемый результат. В зависимости от этого происходит либо ослабление, либо сохранение, либо же усиление мотивации к действию.

Шестая стадия удовлетворение потребности. В зависимости от степени снятия напряжения, вызываемого потребностью, а также от того, вызывает ли устранение потребности ослабление или усиление мотивации деятельности, работник либо прекращает деятельность до возникновения новой потребности, либо продолжает искать возможности и осуществлять действия по устранению потребности [4, с. 86].

В заключении, можно сказать, что система экономической мотивации это целостный и связанный механизм, позволяющий повысить эффективность труда работников и, как следствие, повысить эффективность деятельности организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азаренко, А. В. Организация труда и заработной платы : учеб. пособие / А. В. Азаренко. – Минск : Амалфея, 2016. – 240 с.
2. Брасс, А. А. Мотивация: ласковый кнут и жесткий пряник / А. А. Брасс. – Минск : Изд-во Гревцова, 2014. – 120 с.
3. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации / А. Я. Кибанов. М. : ИНФРА, 2018. – 245 с.
4. Организация труда / Л. В. Мисникова [и др.] ; под ред. Л. В. Мисниковой. – Минск : Выш. шк., 2017. – 302 с.

А. ОМЕЛЬЯНЧУК

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ НА ТРУДОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖЕНЩИН

Сегодня в обществе царит мнение победившего равноправия. В XXI веке женщины могут учиться и работать наравне с мужской частью общества. Однако почему же до сих пор развивается такое направление общественного движения, как феминизм и какие права отстаивают женщины сегодня? На самом деле существует множество актуальных глобальных проблем, связанных с гендерным неравенством. Во многих странах до сих пор сохранились насильственные обычаи, калечащие женщин, принудительный брак и ограниченный доступ к образованию. К счастью, для Беларуси данные проблемы не актуальны. Статистика показывает высокий уровень гендерного равенства в Республике. Беларусь много инвестирует в развитие человеческого потенциала своего населения. В нашей стране мужчины и женщины получают образование на одинаковом уровне, не существует преград и ограничений для молодежи в выборе профессий.

Однако на рынке труда женщины по-прежнему находятся в менее выгодном положении. Исторически и до сегодняшнего дня, работа женщин считается менее ценной, уважаемой и оплачиваемой, чем работа мужчин. На разрыв в оплате труда влияют и гендерные стереотипы работодателей, и выбор самих женщин. Белорусские женщины зарабатывают меньше, чем мужчины, даже если они занимают одинаковые должности. В 2017 году различия в зарплате мужчин и женщин Беларуси составили 25%.

Гендерный разрыв в оплате труда можно объяснить двумя ключевыми факторами. Во-первых, женщины обычно заняты в тех секторах, где зарплата в принципе ниже – в бюджетной сфере (в образовании, здравоохранении и социальном обеспечении), торговле и общественном питании, сфере культуры и искусства. В этих областях выше вероятность назначения женщин на руководящие должности, но средняя зарплата в них ниже, чем средняя по стране. Во-вторых, даже в тех отраслях, где это не так, женщины часто недостаточно широко представлены на высокооплачиваемых руководящих должностях.

Часто экономическое неравенство женщин и мужчин пытаются объяснить тем, что женщины «склонны» выбирать менее оплачиваемую работу – профессии учителя и медсестры, например, считаются традиционно «женскими». Но на выбор профессии влияет множество иных факторов. Социологи Е.А. Здравомыслова и А.А. Темкина говорят о «моральной экономике» – неформальных нормах, которые заставляют женщин делать тот или иной выбор [1]. Исторически сложившееся мнение гласит: женщине необходимо уделять больше внимания семье – ради этого она может работать на неполную ставку или выбрать работу, которую легче совмещать с воспитанием детей, что и отражается на её доходах. Долгий декретный отпуск, невозможность отдать ребёнка в детский сад подталкивают женщин к тому, чтобы выбрать более «удобную» профессию.

В XXI веке многие по-прежнему считают мужчин «добытчиками», а женщин – «хранительницами очага». В английском языке существуют понятия «штраф за материнство» (motherhood penalty) и «бонус за отцовство» (fatherhood bonus). Эти термины объясняют тот факт, что многие работодатели считают отцов более стабильными и надёжными сотрудниками, чем матерей. Мишель Бадиг, профессор социологии Университета штата Массачусетс, пришла к выводу, что с появлением ребёнка доходы мужчин растут в среднем на 6%, а доходы женщин уменьшаются на 4%. Бадиг учла и факторы, влияющие на результат исследования: например, некоторые отцы действительно начинают работать больше с появлением ребёнка, но это объясняет только 16% их дохода. Матери могут выбирать частичную занятость или более низкооплачиваемую работу, чтобы совмещать её с воспитанием ребёнка, но это объясняет только от четверти до трети снижения их доходов. Основная причина здесь – дискриминация: работодатели часто считают, что работник-мужчина будет больше трудиться на благо семьи, а женщина, наоборот, отвлекаться от работы.

Отметим, гендерное неравенство связано не только с материнством. По-прежнему запрещается привлекать женщин ко многим работам. Еще до недавнего времени в Беларуси действовал список из 250 запрещенных профессий для женщин (с 2014 года – 181) [2]. Более того, в сферах, традиционно считающихся «мужскими», уровень зарплат нередко бывает выше, чем в традиционно «женских», требующих такого же уровня навыков. Необходимо признать, на ситуацию влияют и гендерные стереотипы: женщинам бывает сложнее просить прибавки к зарплате и они нередко сталкиваются с «синдромом самозванца». Черты, которые поощряются в мужчинах – настойчивость, целеустремлённость,

упорство, – могут вызывать раздражение у работодателя, если их демонстрирует женщина.

По данным Всемирного экономического форума, проведенного в 2019 году, на то, чтобы искоренить неравенство в мире, при нынешних темпах развития потребуется ещё около 100 лет (годом раньше ВЭФ говорил о 118 годах) [3].

Белорусское законодательство является «гендерно слепым» и во многих отношениях предоставляет равные права мужчинам и женщинам. Как известно, рабочие отношения в Республике Беларусь регулируются Трудовым кодексом, который запрещает любую дискриминацию по признаку расы, пола, языка и религии. Однако запрет дискриминации законом, не гарантирует ее исчезновение из реальной жизни. На самом деле белорусские женщины довольно часто сталкиваются с дискриминацией. Особенно ей подвержены молодые девушки, которых работодатели воспринимают как «нежелательных» работников из-за предоставляемых им социальных льгот по материнству.

Традиционные взгляды на роль женщин по-прежнему широко распространены в белорусском обществе. Результаты Всемирного обзора ценностей, проведенного в более чем 80-ти странах в 2014 г. показывают: большинство населения считает истинным призванием женщин ведение домашнего хозяйства и воспитание детей. Кроме того, многие работодатели склонны полагать: мужчины являются лучшими политическими лидерами и руководителями в бизнесе, чем женщины, и что при дефиците рабочих мест предпочтение следует отдавать мужчинам, а не женщинам.

В Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь (НСУР – 2020) определено, что достижение гендерного равенства является одним из основных принципов устойчивого развития страны. Основная цель государственной политики в этой области – создание условий, обеспечивающих наиболее полную реализацию личностного потенциала женщин и мужчин во всех сферах жизнедеятельности с целью обеспечения устойчивого развития экономики и общества.

Оценивая результаты социальной политики по улучшению положения женщин, достигнутые за последние годы, можно подчеркнуть, что Беларусь сделала значительный прорыв в этом направлении. Согласно данным Всемирного экономического форума (2019 год), Республика занимает 29-ю позицию из 153 в Глобальном рейтинге гендерного равенства. Вместе с тем очевидно, что построение и продвижение сбалансированной гендерной политики – процесс долговременный. В связи с этим, необходимо продолжить улучшать правовые нормы, не допускать гендерной асимметрии в

сфере занятости и на рынке труда, расширять экономические возможности женщин.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Здравомыслова, Е. А. 12 лекций по гендерной социологии : учебное пособие / Е. А. Здравомыслова, А. А. Темкина. – Санкт-Петербург : Издательство Европейского университета, 2015. – 767 с.

2. Об установлении списка тяжелых работ и работ с вредными и (или) опасными условиями труда, на которых запрещается привлечение к труду женщин [Электронный ресурс] : Постановление Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 12 июня 2014 г., № 35 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W2142893&p1=1>. – Дата доступа : 04.11.2020.

3. Индекс гендерного разрыва по версии Всемирного экономического форума [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gtmarket.ru/ratings/global-gender-gap-index/info>. – Дата доступа : 04.11.2020.

Т. ПРОТАС

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «БЕЛОВЕЖСКИЙ»

Открытое акционерное общество «Беловежский» (далее ОАО «Беловежский») создано на основании приказа Министерства экономики Республики Беларусь от 31 декабря 2004 г. №221 путем преобразования республиканского унитарного сельскохозяйственного предприятия «Беловежский» в соответствии с законодательством о приватизации государственного имущества и законодательством об акционерных обществах и зарегистрировано Брестским областным исполнительным комитетом 28 января 2005 года в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей за №200193456.

ОАО «Беловежский» располагает по адресу Республика Беларусь, Брестская область, Каменецкий район, агрогородок Беловежский, улица Ленина, дом №2.

В соответствии с целями деятельности ОАО «Беловежский» осуществляет виды деятельности в соответствии с Общегосударственным классификатором Республики Беларусь видов экономической деятельности и состоит из 6 структурных производственных подразделений.

Общество осуществляет следующие виды деятельности, на осуществление которых требуется специальное разрешение (лицензия):

- розничная торговля алкогольными напитками и (или) табачными изделиями;
- деятельность в области автомобильного транспорта;
- деятельность в области промышленной безопасности;
- охранный надзор;
- деятельность, связанная с воздействием на окружающую среду;
- ветеринарная деятельность;
- деятельность, связанная с осуществлением контроля радиоактивного загрязнения.

Площадь земельных угодий – почти 20 тыс. га. В крупнейшем в стране свиноводческом комплексе выращивают 120 тыс. голов. На 16 животноводческих фермах содержатся около 12 тыс. голов КРС, из них 3,6 тыс. – дойное стадо [1].

Открытое акционерное общество «Беловежский» является одним из ведущих производителей мясопродуктов в Брестской области и в Республике Беларусь. Помимо внутреннего рынка республики, продукция предприятия, предлагаемая под торговой маркой «Бел-Морис», экспортируется в Россию и другие страны СНГ.

«Бел-Морис» - корпоративный бренд ОАО «Беловежский». Название бренда возникло в 2006 году. Руководством предприятия был объявлен конкурс, целью которого стал поиск названия корпоративного бренда, в основу которого был положен анализ данных об особенностях деятельности организации, истории развития. Были изучены существующие на рынке Беларуси названия брендов мясной промышленности. И в рамках данного конкурса было выбрано название, которое легко произносится, хорошо запоминается, соответствует требованиям к выполнению поставленной руководством цели и не имеет аналогов. В результате чего название бренда Бел-Морис должно быстро ориентировать потребителя на качественную и вкусную продукцию предприятия [2].

Бел-Морис представляет собой сочетание двух слов и несет четкую смысловую нагрузку. Белорусский, отечественный, а значит традиционный и надежный. Присутствие в названии бренда морфемы «бел» как бы говорит «Сделано в Беларуси!», «Покупайте белорусское!». Также при представлении продукции на международном рынке, за пределами нашей страны, иностранный покупатель сразу ориентируется на принадлежность производителя к Республике Беларусь [3].

ОАО «Беловежский» активно развивает в Беларуси фирменную торговлю продукцией собственного производства через 23 магазина сети «Бел-Морис», где реализуется половина произведенной продукции. Они обеспечивают выручку в размере около 1 млн руб. в месяц. На мясокомбинате достаточно большой по мощности убойный цех, позволяющий в сутки производить убой до 750 голов скота. Ежедневно мясокомбинат реализует около 50 тонн мяса и порядка 15 тонн колбасных изделий в ассортименте. На сегодняшний день мясокомбинат выпускает около 260 наименований мяскоколбасной продукции [3].

В 2019 году открыли 3 новых торговых объекта – в Столине, Иваново и Дрогичине. В этом году планируется удвоить прибыль фирменных магазинов, охватив ими всю Брестскую область.

Продукция Бел-Морис очень высокого качества, именно поэтому изделия предприятия «Изделие из свинины сырокопченое – полендвица «Пряная» и изделие из свинины сырокопченое «Беловежский пачастунак», продукт из шпика «Сало по-беловежски» стали лауреатами конкурса «Лучшие товары Республики Беларусь» в номинации ««Продовольственные товары» [4].

За 10 месяцев 2020-го ОАО «Беловежский» достигло хороших результатов: впервые коллектив обеспечил высокие темпы роста по основному профилю (свиноводство) – 108%, прирост – 2,5 тыс. т. мяса. Аналогичные результаты показало и молочное животноводство: в хозяйстве сдают 85 тыс. т в день. Общая прибыль по этим направлениям превысила 4 млн и 3,5 млн руб. соответственно, что свидетельствует об устойчивом развитии компании. Общая рентабельность – 8% [5].

В 2020 г. построили первый в стране новый молочно-товарный комплекс на 1 тыс. голов в д. Миньковичи, где процесс доения будет осуществляться полностью автоматизированными системами компании DeLaval, которая более 130 лет занимается разработкой и реализацией инновационных проектов в молочном животноводстве.

Отметим, что на молочно-товарных комплексах ОАО «Беловежский» уже установлены 2 доильные установки немецкой фирмы. Первая, линейная, функционирует на одной из ферм

сельхозпредприятия. Вторая – карусельная доильная установка DeLaval работает на молочно-товарном комплексе «Каролин».

В «Беловежском» большое внимание уделяют укреплению кадрового состава и социальным вопросам. В акционерном обществе работают 1 760 человек, из них более 300 – специалисты с высшим и средним специальным образованием. Средний возраст – 43 года. При этом особое внимание уделяют молодежи, которая ежегодно вливается в трудовой коллектив.

Текущая текучесть кадров в ОАО «Беловежский» минимальная, в пределах естественного выбывания специалистов и рабочих в связи с уходом на заслуженный отдых, в декретные отпуска и т.д.

Сегодня средняя зарплата составляет около 1 тыс. рублей. В этом году построили 8 жилых домов усадебного типа и приобрели 16 домов и квартир на вторичном рынке. Принятые на работу молодые специалисты обеспечиваются местами в общежитиях.

Таким образом, в целом предприятие является финансово устойчивым и занимает значительное место на отечественном рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ОАО «Беловежский» // Общие положения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belmoris.by/about-company-3.html>. – Дата доступа : 03.11.2020.

2. Брестский калейдоскоп // Стройку нельзя остановить [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://brk.com/p/strojku_nelzya_ostanavlivat.html. – Дата доступа : 03.11.2020.

3. ОАО «Беловежский» // «Бел-Морис» – корпоративный бренд ОАО «Беловежский» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belmoris.by/about-company-3.html>. – Дата доступа : 03.11.2020.

4. Справочник предприятий Брестской области // открытое акционерное общество «Беловежский» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://brestobl.com/predpr/11kamen/belowez_5.html. – Дата доступа : 03.11.2020.

5. «БЕЛОВЕЖСКИЙ» ДЕРЖИТ МАРКУ [Электронный ресурс] // Директор. – Режим доступа : <https://director.by/zhurnal/arkhiv-zhurnala/arkhiv-nomerov-2019/425-n/7144-belovezhskij-derzhit-marku>. – Дата доступа : 03.11.2020.

Д. РАДИНА

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В странах с высоким уровнем экономического развития ипотечное кредитование является основной формой улучшения жилищных условий, вместе с тем оказывающей существенное влияние на экономическую ситуацию в стране. Ипотечное кредитование позволяет расширить возможности доступного строительства жилья для граждан, являясь для многих единственным шансом получения квартиры или дома в собственность с момента приобретения.

Словом «ипотека» (от греч. *hypotheca* – подпорка, подставка) называли столб на пограничной меже имения должника. Надписи на таком столбе наглядно демонстрировали всем заинтересованным лицам то, что данный участок земли заложен и обеспечивает права кредитора. Позднее с этой целью стали использовать ипотечные книги.

Ипотечное кредитование в Республике Беларусь появилось сравнительно недавно. Его механизмы пока только отрабатываются, при этом основой является использование опыта зарубежных стран. В Республике Беларусь имеется целый комплекс нормативных правовых актов, регулирующих правоотношения по ипотеке: Гражданский кодекс Республики Беларусь, Банковский кодекс Республики Беларусь, Закон Республики Беларусь 20 июня 2008 г. «Об ипотеке». Однако еще существует достаточное поле деятельности для улучшения правового регулирования вопросов ипотеки.

В современной отечественной и зарубежной банковской практике понятие «ипотечный кредит» трактуется неоднозначно, причиной чему являются отличия банковских систем разных стран. Ипотека – такой вид залога объекта недвижимости, при котором закладываемое имущество не передается в руки кредитора, а остается у залогодателя в его владении и пользовании [1, с. 336]. Она оформляется договором между залогодателем и залогодержателем, по которому залогодатель обеспечивает недвижимостью какое-либо финансовое обязательство перед залогодержателем и дает согласие на

то, что такая недвижимость может являться предметом претензий залогодержателя в связи с погашением финансового обязательства.

Ипотекой могут обеспечиваться кредиты юридических и физических лиц, полученные ими в банках, и иные договорные отношения по финансовым обязательствам.

Ипотека широко распространена в сфере кредитования, так как использование залога недвижимости обеспечивает эффективную защиту интересов кредитора. Недвижимость сравнительно мало поддается риску гибели или внезапного исчезновения, обладает осложнённой обороноспособностью, связанной с необходимостью регистрации сделок с ней в государственных органах. Гарантеей полного погашения задолженности кредитору является, с одной стороны, тенденция к постоянному росту стоимости недвижимости, а с другой стороны, риск ее потери должником.

Проанализировав подходы белорусских учёных-экономистов Г. И. Кравцовой, А. Д. Сидоренко, В. И. Тарасова и других, сделаем вывод – ипотечный кредит представляет собой особый тип экономических отношений по поводу предоставления ссуд под строго определенный залог недвижимого имущества. Невозврат кредита приводит к передаче заложенной недвижимости и погашению задолженности кредитору из вырученной суммы. Предоставление ипотечных кредитов на длительный срок удлиняет срок погашения кредита, уменьшая тем самым размер ежемесячных выплат.

Отечественные ученые классифицируют ипотечные кредиты юридическим и физическим лицам по целевому характеру, субъектам кредитных отношений, срокам и условиям предоставления, способу погашения и обеспечения, условиям кредитования. На основе последнего выделим кредиты на общих основаниях и кредиты на льготных условиях.

Ряд экономистов считает наиболее приемлемым для условий Республики Беларусь ипотечный кредит с переменной процентной ставкой – это кредит с автоматически корректируемой процентной ставкой в зависимости от изменения определенных договором в качестве базовых индикаторов: процентных ставок финансового рынка или инфляционных показателей [2, с. 26–27].

Рынок долгосрочных ипотечных кредитов в Республике Беларусь развивается медленно, несмотря на наличие необходимой нормативной правовой базы, регулирующей ипотеку. Хотя ипотека гарантирует банкам максимальную защиту суммы основного долга и процентов по нему, долгосрочное ипотечное кредитование все еще не стало стабильным самостоятельным бизнесом для банков.

Одной из проблем ипотечного кредитования в Республике Беларусь является задолженность по кредитам, выданным банками на

строительство (реконструкцию) и приобретение жилья. Это обусловлено высокими кредитными рисками; отсутствием долгосрочных дешевых кредитов; недостаточно высоким уровнем доходов граждан; отсутствием механизмов привлечения инвестиций для ипотечного кредитования.

Значимым для развития ипотеки в Республике Беларусь является наличие системы гарантий правовой и финансовой защиты проводимых операций. Речь идет о страховании в обязательной или добровольной форме имущества, предоставляемого в залог, от рисков утраты и повреждений, страховании гражданской ответственности участников ипотечного рынка, страховании жизни и трудоспособности заемщиков.

Отметим несколько обстоятельств, ограничивающих развитие ипотеки в Республике Беларусь:

- высокая стоимость жилья и одновременно низкая платежеспособность потенциальных заемщиков;
- высокие процентные ставки по жилищным кредитам;
- отсутствие подменного фонда жилья;
- отсутствие вторичного рынка закладных.

Отдельные банки Республики Беларусь выдают кредиты на финансирование недвижимости под ее залог, однако такие кредиты не следует считать ипотечными в классическом понимании, так как в большинстве банков существует требование дополнительного обеспечения в виде поручительства физических лиц.

Для расширения ипотечного кредитования в Республике Беларусь необходимо усовершенствовать соответствующую инфраструктуру с ее правовым обеспечением, что позволит сделать значительный шаг вперед в решении жилищной проблемы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Асаул, А. Н. Экономика недвижимости : учебник для вузов / А. Н. Асаул. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2013. – 416 с.
2. Кисель, С. В. Банковское кредитование: условия и тенденции развития в Беларуси / С. В. Кисель // Банковский вестник. – 2004. – №31. – С. 16–23.

Е. РУБЕЦ

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «БЕЛАГРОПРОМБАНК»

ОАО «Белагропромбанк» – один из крупнейших банков Беларуси, внедривший систему менеджмента качества в соответствии с требованиями стандарта ISO 9001. Высшее руководство банка предоставило свидетельства принятых обязательств, декларируя политику в области качества, определяющую общие намерения и направления деятельности Белагропромбанка, направленные на удовлетворенность требований и ожиданий потребителя. Высшее руководство банка определило Политику в области качества. Белагропромбанк первым из отечественных банков сумел успешно пройти в 2010 году процедуру сертификации качества работы с клиентами.

ОАО «Белагропромбанк» является первым банком в Беларуси, разместившим долговые обязательства на международном рынке сроком на 3 года. В настоящее время ОАО «Белагропромбанк» занимает ведущие позиции по привлечению финансирования на мировых рынках. В 2019 году банк реализовал очередную знаковую сделку по привлечению синдицированного кредита от пула европейских банков и международных финансовых организаций в размере 60 миллионов евро сроком на 1 год.

В настоящее время ОАО «Белагропромбанк» установлено и развивается сотрудничество с более чем 100 иностранными финансовыми организациями из различных стран мира, в том числе по направлению финансирования внешнеэкономических сделок клиентов на кратко- и долгосрочной основе. Основными схемами финансирования, используемыми банком, являются дисконтирование отсроченного платежа, постфинансирование и финансирование под страховое покрытие ЭКА. ОАО «Белагропромбанк» акцептовано 18 национальными агентствами по страхованию экспортных кредитов стран – основных торговых партнеров Республики Беларусь. Среди них – EULER HERMES AG (Германия), SACE (Италия), KUKE (Польша), EGAP (Чехия), SID – Slovenska izvozna in razvojna banka, d.d. (Словения), EKN (Швеция), EKF (Дания), OeKB (Австрия), АО «ЭКСАР» (Россия) и другие.

С 2005 года ОАО «Белагропромбанк» выступает активным игроком на международном финансовом рынке и хорошо известен в финансовых кругах Германии, Италии, России, Польши и других стран мира.

Тесное сотрудничество и рост доверия к ОАО «Белагропромбанк» со стороны иностранных банковских и страховых институтов позволяют привлекать средства из внешних источников для финансирования внешнеторговых контрактов клиентов банка с экспортерами практически из любой страны мира. С 2005 года ОАО «Белагропромбанк» привлекло порядка 10,0 млрд. долларов США за счет иностранных кредитов. Это позволило профинансировать около 3,7 тысяч проектов белорусских предприятий по приобретению оборудования, сырья и материалов, необходимых для увеличения эффективности производства [1].

Международная деятельность ОАО «Белагропромбанк» также охватывает рынки долгового капитала. В 2006 году была организована дебютная сделка по привлечению синдицированного кредита. С тех пор банк успешно привлек 12 синдицированных кредитов. Более того, ОАО «Белагропромбанк», первым среди белорусских заемщиков, привлекло ресурсы путем выпуска кредитных нот в 2006 году.

Динамичное развитие торговли и экономического сотрудничества между Беларусью и Италией, а также открытие в 2007 году Представительства ОАО «Белагропромбанк» в г. Милан (Италия) привело к росту спроса на банковские услуги в сфере финансирования внешнеторговых потоков и инвестиционных проектов клиентов банка с контрагентами из Италии. С открытием Представительства у ОАО «Белагропромбанк» появились дополнительные возможности как в поиске новых партнеров в банковской сфере, так и в оказании содействия сотрудничеству белорусских предприятий с итальянскими компаниями в различных сферах экономики.

Достижения ОАО «Белагропромбанк» в сфере проведения международных платежей также высоко оцениваются иностранными партнерами. Так, награды за исключительное качество платежных сообщений неоднократно были получены банком от Deutsche Bank AG (Германия) и Commerzbank AG (Германия). Кроме того, в 2017 году ОАО «Белагропромбанк» удостоено награды «STP-Award 2016» со стороны немецкого банка VTB Bank (Deutschland) AG за отличное качество исполнения клиентских платежей: в 2016 году доля клиентских платежей, которые соответствуют требованиям STP (Straight Through Processing) через счет в VTB Bank (Deutschland) AG в евро, достигла 99,91%.

Репутация ОАО «Белагропромбанк» как надежного и транспарентного партнера на международном рынке, а также

профессионализм команды банка подтверждаются наградами от международных деловых изданий. В 2019 году ОАО «Белагропромбанк» был признан лучшим банком Беларуси по версии журнала Global Banking & Finance Review в номинации «Лучший корпоративный банк». По размеру капитала Банк в 2019 году занял 5 место по мнению журнала «The Banker» среди крупнейших банков СНГ.

В 2019 году банком подтверждено право быть обладателем двух сертификатов на систему менеджмента качества: в Национальной системе подтверждения соответствия Республики Беларусь и международной Системе добровольной сертификации TÜV International Certification.

Белагропромбанк получил награду от финансового портала Infobank.by – в номинации «Обмен валют – 2018» банк занял почетное третье место. Белагропромбанк первым в стране получил Свидетельство о государственной аккредитации специализированного депозитария выделенных активов, выданное Министерством финансов Республики Беларусь. В конкурсе «Банк года» Белагропромбанк получил две награды – 2-е место в номинации «Корпоративно-социальная ответственность» и 3-е место в номинации «Сделка года». Белагропромбанк удостоен престижной награды (STP AWARD 2018 BEST IN CLASS) со стороны немецкого банка VTB Bank (Europe) SE за высокий показатель качества исполнения клиентских платежей. Белагропромбанк стал обладателем двух серебряных наград в республиканском конкурсе «Премия HR-бренд 2019».

1 июня 2019 благодаря финансовой помощи Белагропромбанка в РНПЦ детской онкологии, гематологии и иммунологии в Боровлянах открылась ультрасовременная лаборатория генетических биотехнологий.

На основе вышеизложенного сделаем вывод, что ОАО «Белагропромбанк» является одним из крупнейших банков Беларуси. Банк с надежной репутацией, с хорошим будущим, с хорошей историей, получившей большое количество наград.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Белагропромбанк традиции будущего [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.sb.by/articles/belagroprombank-traditsii-budushchego.html>. – Дата доступа : 30.10.2020.

Т. РУСЕЦКАЯ

Экономика, 1 год обучения

Научный руководитель: кандидат педагогических наук,
доцент, заведующий кафедрой философии и экономики

Д. А. ПЕТРУКОВИЧ

ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время, в современных меняющихся внешних условиях ведения бизнеса, таких как изменения в законодательстве, созданием новых предприятий, расширение ассортимента выпускаемой продукции, товаров, услуг, усиливается конкуренция и необходимо максимально быстрое реагирование бизнеса и приспособление к новым условиям.

Для успешного конкурирования и усилением положения организаций на рынке, необходимо постоянная диверсификация своей деятельности, освоение новых рынков, расширение штата, необходим управленческий учет.

Управленческий учет – это система сбора, обработки, анализа информации, которая предоставляется руководителю, учредителям для составления отчетности, необходимых для планирования, организации, контроля и принятия решений в процессе управления [1].

Одной из весомых причин торможения развития фирмы или кризисных явление, зачастую становится то, что руководители (учредители) не владеют полной информацией, какой из видов деятельности, какой из видов выпускаемой продукции, оказываемых услуг, производимых товаров приносит большую прибыль и за счет какого фактора это происходит.

По мнению британского профессора Колина Друри, управленческий учет – это предоставление информации лицам на самом предприятии, которые принимают более обоснованные решения и повышают эффективность и производительность хозяйственной деятельности. Управленческий учет – внутренний учет, финансовый учёт – внутренний учет, предназначенный для внешних лиц [2, с. 7].

Достижение высоких результатов работы предприятия предполагает управление затратами на производство и реализацию продукции. Это сложный процесс, который означает по своей сущности управление всей деятельностью предприятия, т.к. охватывает все стороны происходящих производственных процессов.

Затраты – это денежная оценка стоимости материальных, трудовых, финансовых, природных, информационных, и других видов ресурсов на производство и реализацию продукции.

На практике существует три пути оптимизации затрат:

Планомерное сокращение – сокращение затрат связано с улучшением: инвестиций, закупок, бизнес-процессов. Данные направления деятельности предприятия формируют самую большую долю затрат, поэтому руководителю стараются постепенно их сокращать.

Быстрое сокращение – характеризуется сокращением постоянных и переменных затрат организации (затраты на сырье, материалы). В данном методе возможен пересмотр договоров с поставщиками, а также поиск новых поставщиков с более выгодным предложением.

Экспресс-сокращение – связано с быстрым сокращением по ряду статей. В данном методе необходимо учитывать значимость затрат: высокоприоритетные, приоритетные, допустимые и ненужные.

На предприятиях рекомендуется применять различные подходы в зависимости от ситуаций, которая складывается на предприятии.

На примере предприятия ИООО «Беловежские деликатесы», рассмотрев и проанализировав отчеты по затратам на производство и реализацию продукции можно добиться уменьшения себестоимости продукции приблизительно на 315 тыс. рублей, за счет следующих мероприятий:

1. Установления долгосрочных связей с поставщиками и получения скидок по условиям договоров.

2. Рациональное использование оборудования.

На предприятии используется измельчитель продуктовых блоков Волчок Laska Super Grinder WWB 300. Это оборудование подходит для бесперебойного большого объема производства, с узким ассортиментом продукции, а на предприятии ассортимент продукции достаточно широкий. Для каждого вида колбасы необходимо различный вид мяса, что приводит к переналадке оборудования, а в следствии чего внутри оборудования (на стенках, на рабочем шнеке) остается большое количество сырья, которое не содержится в составе следующего производимого продукта. Поэтому целесообразно Волчок Laska, заменить на две более простые блокорежки КОМПО ИБ – 8.

Стоимость КОМПО ИБ – 8 значительно ниже стоимости Laska, небольшие расходы на транспортировку, так как фирма КОМПО находится в городе Бресте, всегда есть в наличии запасные части, что не приведет, в случаи поломки, к длительному простоя оборудования, с данным предприятием налажены доверительные отношения, что позволяет получать скидки, отсрочки платежа.

3. Установление жёсткого контроля за потреблением электроэнергии (КОМПО ИБ – 8 потребляет электроэнергии значительно меньше 15 кВт/ч, Laska Super Grinder WWB 300 87 кВт/ч).

4. Отказ от услуг от сторонних организаций при проведении текущего ремонта, проведение силами своей строительной группы.

5. Повышение производительности труда за счёт: взаимозаменяемости работников, повышения уровня квалификации, оптимизации подбора и расстановки кадров, пересмотра норм выработки, создание резерва руководящего состава из числа работающих.

6. Сокращение транспортных расходов, оптимизация маршрутов.

Главный вывод данной статьи заключается в том, что при принятии управленческих решений необходимо владеть полной и достоверной информацией, с учетом внешних и внутренних факторов, для оперативного реагирования на различные изменения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Карпова, Т. П. Управленческий учет / Т. П. Карпова. – Москва : Юнити-Дана, 2004. – 351 с.

2. Друри, К. Управленческий и производственный учёт. Вводный курс / К. Друри. – Москва : Юнити-Дана, 2016. – 735 с.

Г. СУХОВЕРХИЙ

Экономика, 1 год обучения

Научный руководитель: кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры философии и экономики

Л. С. МАКАРОВА

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

На сегодняшний день существует значительное количество методологических разработок, касающихся расчета плановых показателей стратегической программы, описаны методы и технологии проведения маркетинговых исследований, предложены разнообразные подходы к построению экономических прогнозов и т.п., однако большинство из них заимствованы из иностранной

экономической литературы, а потому часто не совсем адаптированы к особенностям национальной экономики.

Маркетинговые исследования являются не столько научной категорией, как в большей степени практической деятельностью, возникшей по требованию рынка, а для решения теоретических и прикладных маркетинговых задач применяется широкий диапазон современных научных методов и технологий. Также экономической наукой наработана определенная совокупность методологических подходов к решению задач стратегического планирования.

Тщательное изучение и анализ имеющегося методологического инструментария стратегического планирования и маркетинговых исследований свидетельствует о родстве многих существующих методов, особенно в разрезе поставленных целей и задач исследования. В частности, основной целью стратегического планирования является, как известно, обеспечение высоких экономических результатов деятельности предприятия. Поскольку достижение данной цели возможно только при условии соответствия стратегической программы требованиям рынка (изучение которого, собственно, и является основной задачей маркетинговых исследований), это дает основания говорить об общих задачах, которые необходимо решать в процессе формирования стратегии развития предприятия и проведении маркетинговых исследований, а также о едином методологическом обеспечении.

Формирование стратегии развития предприятия как четкий и последовательный процесс требует соответствующей единой, четко определенной системы методов планирования и маркетинговых исследований. Рассмотрение методологии стратегического планирования через призму последовательных этапов процесса формирования стратегического плана позволяет предложить общую классификационную систему исследовательско-прогностических методов, которая предусматривает их разделение на внутренне ориентированные (заключаются в изучении предприятия) и внешне ориентированные (направленные на изучение особенностей его внешнего окружения).

Внутренне ориентированные методы стратегического планирования охватывают методы ретроспективного анализа производственной деятельности предприятия, методы расчета плановых производственных показателей и методы перспективного анализа производственного потенциала. Так, в процессе ретроспективного анализа проводится оценка достигнутых результатов деятельности предприятия, осуществляется анализ эффективности планирования и маркетинга, а также анализ эффективности использования производственного потенциала.

Перспективный анализ потенциала предприятия, в отличие от ретроспективного, предусматривает оценку потенциальных возможностей предприятия по изготовлению запланированного объема продукции. Выбор конкретного метода расчета плановых производственных показателей зависит от поставленных целей и задач планирования [1].

Планирование стратегии на основе применения вышеприведенных методов расчета плановых производственных показателей позволяет разработать план изготовления продукции, который будет оправдан с точки зрения внутрипроизводственных возможностей предприятия, однако неизвестно, будет ли он целесообразен в аспекте существующих рыночных тенденций. Именно поэтому неотъемлемым этапом стратегического планирования является анализ рыночных возможностей предприятия. Поскольку действенным инструментом получения необходимой информации о рыночной среде являются маркетинговые исследования, важную роль играет анализ и систематизация методологического инструментария их проведения, то есть системы общих и специальных методов и технологий сбора и анализа первичной и вторичной маркетинговой информации, что в свою очередь позволяет выделить группу внешне ориентированных методов планирования [2].

Как известно, для качественного выполнения маркетингового исследования необходим поиск и сбор необходимой для анализа маркетинговой информации с использованием различных взаимодополняющих источников и методов ее получения, а также сочетание ретроспективного анализа и перспективного прогноза экономических показателей. Кроме того, каждому этапу маркетингового исследования присущ специфический методологический инструментарий. Так, на стадии сбора маркетинговых данных применяются поисковые методы, которые позволяют получать информацию из внутренних и внешних источников. Обработка маркетинговой информации осуществляется с помощью комплекса аналитических инструментов. С целью предсказания тенденций развития экономической системы используются методы прогнозирования [1]. Итак, в зависимости от стадии исследовательского процесса, в системе внешне ориентированных методов целесообразно выделить поисковые или методы получения маркетинговой информации и аналитико-прогностические методы маркетинговых исследований.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Иванова, В. В. Планирование деятельности предприятия : учеб. пособие. / В. В. Иванова. – Москва : Центр учебной литературы, 2006. – 472 с.
2. Косенков, Г. И. Маркетинговые исследования / Г. И. Косенков. – Москва : Сокровища, 2004. – 464 с.

Е. УСИК

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одна из наиболее развивающихся отраслей сферы туризма в Республике Беларусь – агроэкотуризм. С его помощью можно выгоднее использовать сложившиеся тенденции на мировом туристическом рынке, историческое и культурное наследие, природные богатства. Всемирная туристическая организация объявила 2020 год – годом эко- и агротуризма. В мае этого года был проведен первый Международный форум по агроэкотуризму в Беларуси.

Актуальность данной темы заключается в том, что развитие агроэкотуризма оказывает содействие в решении важных для Беларуси проблем: новые рабочие места, развитие сельских территорий. Наряду с этим у населения появляется возможность развивать собственное дело, и люди хотят остаться здесь и заниматься своим собственным бизнесом, в котором они заинтересованы, и который может приносить прибыль.

Законодательство Республики Беларусь определяет агроэкотуризм как временное нахождение в сельской местности и малых городских поселениях граждан Республики Беларусь, а также иностранных граждан и лиц без гражданства с целью приобретения услуг, предоставляемых субъектом агроэкотуризма для отдыха, реабилитации, ознакомления с природным потенциалом страны, национально-культурными традициями без осуществления трудовой, предпринимательской и иной деятельности, которая оплачивается и (или) позволяет получить прибыль (доход) от источника по

месту пребывания [1].

Агроэкотуризм считают смешанным направлением, потому что в нем прослеживаются свойства экологического и сельского туризма. Сельский туризм – комплекс разнообразных услуг, в том числе проживание, организация туристических поездок, предусматривающих непосредственное участие туристов в жизни сельского населения [2].

На сегодняшний день в мире используется концепция экотуризма, подразумевающая формы путешествия, в которой основной мотивацией является наблюдение за природой и общение с ней. Это помогает сохранить окружающую среду, и оказывает малейшее воздействие на природу.

9 октября 2017 года Президентом Республики Беларусь был подписан Указ №365 «О развитии агроэкотуризма», который направлен на устранение административных барьеров, препятствующих развитию агроэкотуризму. Согласно документу субъекты агроэкотуризма имеют право на предоставление дополнительных услуг: проведение банкетов, юбилеев, презентаций [5].

Начало развития сельского туризма положила Белорусская общественная организация «Агро- и экотуризм», созданная в ноябре 2002 года (сегодня БОО «Отдых в деревне»). Основными источниками финансирования данного общественного объединения были членские взносы, гранты, донорская помощь, добровольные пожертвования. При ее участии в 2003 году появились первые сельские туристические усадьбы [4].

В 2006 году был принят Указ Президента Республики Беларусь №327, который дал толчок развитию сельского туризма во всех регионах Беларуси. На 1 января 2020 года в РБ насчитывается 2,8 тыс. агроусадьб [3].

Сегодня Беларусь в лице организации «Отдых в деревне» стремиться наладить связь с международными организациями и ассоциациями, дабы поделиться собственными накопленными знаниями и сохранить свою неповторимость, а также позаимствовать опыт развития данной сферы. БОО «Отдых в деревне» стало членом следующих международных организаций:

- Международное общество экотуризма;
- Европейский центр эко- и агротуризма;
- Европейская Федерация аграрного и сельского туризма;
- Медленная еда;
- Международная профессиональная ассоциация владельцев усадьб.

С каждым годом число субъектов агроэкотуризма

безостановочно растет, также увеличивается число туристов, обслуживаемых данными объектами, вместе с этим увеличивается и сумма, полученная за предоставленные услуги агроэкотуризма.

Таблица – Основные показатели развития экотуризма в Республике Беларусь в 2015–2019 г.

Показатели/год	2015	2016	2017	2018	2019	Темп роста 2015/2019%
Число субъектов агроэкотуризма	2263	2279	2319	2473	2760	121,9
Численность туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, тыс. человек	294,3	301,8	351,1	422,3	515,0	174,9
Сумма, полученная в оплату предоставленных услуг субъектами агроэкотуризма, млн. руб.	11,9	14,6	17,2	20,0	25,5	214,2

Примечание: собственная разработка по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь [6].

По данным таблицы видно, что число субъектов агроэкотуризма увеличилось с 2015 г. по 2019 г. на 21,9%, число туристов, обслуживаемых субъектами агроэкотуризма увеличилось на 74,9%, а сумма, полученная в качестве оплаты услуг субъектами агроэкотуризма – на 14,2%.

Таким образом, по результатам проведенного исследования, можно выявить следующие тенденции современного этапа развития агроэкотуризма в Республике Беларусь:

- за исследуемый период наблюдается активная тенденция роста показателей агроэкотуризма;
- агроэкотуризм имеет государственную поддержку;
- в РБ имеется потенциал развития данного направления.

Совершенствование агроэкотуризма как перспективного направления экономики страны в качестве необходимого условия требует: систематической господдержки агроэкотуризма, создания инфраструктуры в сельской местности, а также инициативы местных жителей, заключающейся в формировании организаций, появления большего числа субъектов агроэкотуризма – агроусадеб.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь

[Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 372 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Брест, 2020.

2. Сельский туризм Беларуси: современное состояние и перспективы развития / Я. И. Аношко [и др.] ; под ред. В. А. Клицуновой. – Минск : Четыре четверти, 2011. – 218 с.

3. О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 375 : в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 26.10.2010 г., № 614 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2010. – № 288

4. О Белорусском Общественном Объединении «Отдых в деревне» [Электронный ресурс] // Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне». – Режим доступа : <http://www.ruralbelarus.by/>. – Дата доступа : 07.11.2020.

5. О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 9 октября 2017 г., № 365 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. – Брест, 2020.

6. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2019 : стат. сб. / И. В. Медведева [и др.]. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2019. – 76 с.

Д. ШОПЛЯ

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

КРАУДФАНДИНГ КАК СПОСОБ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В БЕЛАРУСИ

В нашем мире стремительно развиваются информационные технологии, в связи с этим появляются новые формы привлечения денежных средств (инвестиций) для реализации коммерческих и некоммерческих проектов. Одной из таких форм является краудфандинг (народное финансирование, от англ. crowd – «толпа», funding – «финансирование»).

Что же такое краудфандинг? Исходя из определения, приведенное в интернет-энциклопедии «Википедия», краудфандинг – коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило,

через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов). Сбор средств может служить для различных целей – помощь пострадавшим от стихийных бедствий, поддержка со стороны болельщиков, поддержка политических кампаний, финансирование стартап-компаний и малого предпринимательства, создание свободного программного обеспечения, получение прибыли от совместных инвестиций и многого другого. Кроме того, есть несколько моделей краудфандинговых площадок: краудфандинг с целью извлечения прибыли, краудинвестинг, а также краудфандинг благотворительной и социальной направленности [1].

Данная тема является актуальной, так как на стадии зарождения проекта большинство предпринимателей сталкиваются с проблемой недостатка денежных средств для реализации своих идей. Уникальность краудфандинга заключается в использовании разнообразных интернет-площадок, которые помогают собрать инвестиции от огромного количества людей, что способствует доступному финансированию проектов.

Если говорить простыми словами, то краудфандинг осуществляется по такой схеме:

1. У автора появляется какая-нибудь идея, для которой требуется финансирование.

2. Он объявляет сбор средств на своем сайте, в социальной сети или на специальной краудфандинг-площадке.

3. Инвесторы жертвуют часть средств и перечисляют автору проекта.

4. Как только необходимая сумма собрана, проект начинает воплощаться, а автор отчитывается перед инвесторами о продвижении, или же передает им заранее оговоренное вознаграждение.

Для того чтобы принять участие в краудфандинговых проектах, можно финансировать авторов напрямую. Однако эффективнее и безопаснее делать это с помощью специальных площадок. Так появится уверенность, что деньги будут переданы действительно создателям идеи, а не утекут в руки мошенников. Кроме того, если проект по каким-то причинам не соберет средства, то участники получают свои пожертвования обратно.

Все площадки функционируют исходя из двух моделей финансирования:

- модель «все или ничего» заключается в том, что автор либо собирает 100 % первоначально заявленной суммы, либо деньги возвращаются спонсорам;

– модель «гибкое финансирование» позволяет инициаторам воспользоваться той суммой, которая была собрана, даже если она ниже, чем заявленная [2].

Например, у вас, как у предпринимателя, есть хорошая идея открыть кафе, но нет финансов для ее реализации. Эту идею в форме проекта можно разместить на краудфандинговом ресурсе (площадке). Заинтересованные вкладчики (физлица) смогут поддержать ваш проект на условиях платности, срочности и возвратности, получая бонусы и приумножая свои сбережения. Все риски для вкладчиков страхуются банком. Таким образом, бизнес получает финансирование, клиентскую базу и дополнительное продвижение, а вкладчики – приумножение своих сбережений и бонусы, например, кофе в вашем заведении раз в неделю бесплатно. Кроме того, если проект проходит «клиентскую» экспертизу, то есть его поддерживает большое количество людей, банк видит меньше рисков и может снизить ставку на кредитование недостающей для реализации проекта суммы.

Краудфандинг набирает популярность у белорусов. На сегодняшний день самыми крупными и продвинутыми краудфандинговыми площадками в Республике Беларусь являются «Улей» (Ulej.by) и «Талакошт» (Talaka.by).

Онлайн-площадка «Улей» – коммерческий проект. Авторы идей также размещают заявку, и, когда она появляется на сайте, пользователи могут поддержать проект деньгами и получить подарок взамен – открытку, майку, экземпляр книги или диска. Причем пользователи сразу указывают данные своей платежной карты и на счету блокируется нужная сумма. Для сбора денежных средств действует принцип «Всё или ничего»: проекты, которые не набрали нужную сумму, признаются несостоявшимися, а деньги возвращаются на карты плательщиков. Если же сумма набирается, автор проекта получает деньги, а все, кто его поддержал, – заказанные подарки. В случае продвижения проекта «Улей» банк и платежная система возьмут комиссию в 12% от всей собранной суммы. Также есть условие: проект, размещенный на «Улье», не может собирать деньги на других площадках [3].

Площадка «Талакошт» (Talaka.by) появилась несколько раньше «Улья» как часть некоммерческой инициативы, где люди с идеями могут найти себе единомышленников. В «Талакоште» также нужно описать проект, указать сумму, которая нужна на реализацию проекта, выбрать продолжительность кампании и тип сбора: «Всё или ничего» (автор проекта получает деньги, только если соберется вся необходимая сумма) или «Все, что собрано» (автор получит деньги, если наберется хотя бы 25%). Комиссию за размещение проекта площадка не берет. Люди, которые хотят поддержать идею, дают

виртуальное «обещание» поддержать проект, указывают сумму, которую готовы выделить на это и оставляют свои контакты. Если набирается нужное количество «пообещавших», каждому из них приходит сообщение о том, что пора перевести деньги, и инструкция о том, как это сделать. Оплата может производиться с банковской карты [4].

Действующее законодательство Республики Беларусь не содержит определения и регламентирования краудфандинга. При этом оно признает краудфандинг как один из способов инвестирования.

Юридическое оформление договора краудфандинга законодательством Республики Беларусь не предусмотрено. В связи с этим, участники краудфандинга руководствуются нормами гражданского законодательства об обязательствах и договорах. Так, при некоммерческом краудфандинге заключаются договоры дарения, пожертвования, предоставления безвозмездной (спонсорской) помощи. Что влечет обложение подоходным налогом в 13% в случае, если сумма пожертвованных средств превышает 6569 бел. руб. (п. 22 ст. 208 Налогового кодекса Республики Беларусь). Если сумма собранных средств меньше, то подоходным налогом она не облагается. Данная норма применяется к физическим лицам, а для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей действует своя система налогообложения в зависимости от выбранной ими формы уплаты налогов.

Коммерческий краудфандинг может оформляться договорами займа, купли-продажи с предварительной оплатой.

Законодательство Беларуси не ограничивает авторов проектов в привлечении иностранных инвестиций при краудфандинге. Кроме того, если сумма иностранных пожертвований превысит установленный размер, то получатель обязан заплатить налог за получение иностранной спонсорской помощи [5].

Наиболее детальная законодательная база данной технологии разработана в США. Закон Jobs Act (от 5 апреля 2014 года), оказывает стимулирующее влияние на продвижение краудфандинга в стране. Законодатели преследовали цель, создания дополнительных рабочих мест и стимулирование экономического роста путем улучшения доступа к публичным рынкам капитала для новых предприятий малого и среднего бизнеса. Одним из направлений деятельности, выступило формирование упрощенной системы привлечения инвестиций для создающихся компаний. В соответствии с законом, инвесторы получали часть собственности, акции предприятия, право участвовать в управлении. Нормативным путем разрешено привлекать до 1000000 долларов онлайн при максимально возможном количестве в 2 тысячи инвесторов. Максимальная сумма финансирования от

одного инвестора может достигать 10000 долларов. Более детальное регулирование взаимоотношений предоставлено Комиссией по ценным бумагам и вкладам (SEC). Закон предусматривает ряд антикоррупционных и иных мер, обеспечивающих защиту прав, как предпринимателей, так и инвесторов [6].

В США также действуют такие программы помощи инновационным проектам в сфере малого бизнеса, как Small Business Innovation Research (SBIR) и Small Business Technology Transfer (STTR). Однако чтобы получить такую поддержку, компания должна располагаться и осуществлять свою деятельность на территории США, больше 50% ее капитала должно принадлежать резидентам США, а количество сотрудников не должно превышает пятьсот человек.

Таким образом, поскольку преимущественные направления развития цифровой экономики в Республике Беларусь нацелены на применение новых видов экономических моделей и способов ведения бизнеса, возрастает актуальность и новизна таких инструментов управления как краудтехнологии. Цифровые платформы в Интернете обеспечивают взаимодействие участников рынка между собой без посредников, содействуют развитию малого и среднего инновационного бизнеса, поэтому краудфандинг является актуальной формой финансирования проектов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Краудфандинг [Электронный ресурс] : Википедия. Свободная энциклопедия. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Краудфандинг>. – Дата доступа : 04.11.2020.
2. Краудфандинг или народное финансирование социокультурных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cultmanager.ru>. – Дата доступа : 04.11.2020.
3. Как работает Улей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ulej.by/work>. – Дата доступа : 04.11.2020.
4. Что такое Талакошт? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.talaka.by>. – Дата доступа : 03.11.2020.
5. Национальный центр правовой информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ncpi.gov.by>. – Дата доступа : 04.11.2020.
6. Александрова В. А. Краудфандинг и его роль в финансировании творческих проектов / В. А. Александрова, В. А. Гребенникова // Экономика, социология и право. – 2015. – №2. – С. 6–9.

В. ЩУКА

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ОСОБЕННОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

В настоящее время каждый родитель говорит о том, что его ребёнок должен быть всесторонне развит. А образование в целом, по мнению английского социолога образования П. Масгрейва, решает такие общественные задачи, как отбор талантливых людей, воспитание новаторов (для общественной, политической, технической, художественной деятельности), воспитание молодёжи, подготовка рабочей силы в таком количестве и качестве, которые необходимы экономике [1]. Становится понятно, на систему образования сегодня ложится огромная ответственность по обучению и воспитанию молодого поколения, однако традиционная, классно-урочная система, которая была эффективна в период индустриального общества, ликвидация всеобщей безграмотности, сегодня начала давать сбой и не может дальше, с необходимым качеством, осуществлять свои функции и не даёт того результата, который ожидают родители. Поэтому необходимо обратить внимание на дополнительное образование.

Дополнительное образование сегодня совершенно не верно рассматривать как придаток общего, дополнительное образование – вершина образовательного процесса для детей и юношества. Под дополнительным образованием необходимо понимать все программы, которые предоставляют ребенку дополнительные возможности прохождения его индивидуальной образовательной траектории (технические, гуманитарные, естественнонаучные, спорт, искусство и др.).

Преимущество дополнительного образования состоит в том, что оно позволяет индивидуально выстраивать образовательную траекторию, оно более личностное, возможно непосредственное, индивидуальное взаимодействие с преподавателем. На программы дополнительного образования, в отличии от основного, можно осуществить индивидуальный отбор, выявлять таланты, формировать группы учащихся, в которых будет создана творческая атмосфера сотрудничества.

Государственной программой «Образование и молодежная политика на 2016–2020 годы», утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 28 марта 2016 года №250, определены направления развития системы дополнительного образования детей и молодежи: расширение сети объединений по интересам по различным профилям в целях увеличения охвата детей и молодежи дополнительным образованием; совершенствование организации образовательного процесса при реализации образовательной программы дополнительного образования детей и молодежи на повышенном уровне; модернизация научно-методического обеспечения дополнительного образования детей и молодежи; развитие дистанционной формы получения дополнительного образования детей и молодежи; обеспечение связи между реализацией образовательной программы дополнительного образования детей и молодежи и профессиональной ориентацией учащихся в соответствии с потребностями регионов в трудовых ресурсах; совершенствование методической работы по развитию профессиональной компетенции педагогических работников системы дополнительного образования детей и молодежи; эффективное сопровождение одаренных детей и талантливой молодежи в сфере дополнительного образования; расширение форм предоставления услуг, направленных на раннее развитие детей [2].

В Брестской области существует 47 учреждений дополнительного образования. Из них в Бресте действуют на сегодняшний день 4 учреждения дополнительного образования: УО «Брестский государственный областной Центр молодежного творчества», УО «Центр дополнительного образования детей и молодежи г. Бреста», ГУО «Многопрофильный центр детей и молодежи» и ГУО «Брестский областной центр туризма и краеведения детей и молодежи» [3].

УО «Брестский государственный областной Центр молодежного творчества»: свыше 4500 учащихся, более 400 объединений по интересам, 10 творческих коллективов со званием «образцовый», «народный». Образовательный процесс обеспечивают более 100 педагогов дополнительного образования. Запись в кружки осуществляется по 8 отделам: информационно-методический; художественного творчества; организационно-творческой работы; технической, туристско-краеведческой и спортивно-массовой работы; по сотрудничеству с молодежными и общественными объединениями; изобразительного и декоративно-прикладного искусства; творческого развития детей дошкольного и младшего школьного возраста; молодежный патриотический центр. Все кружки и секции можно посещать бесплатно, кроме курса робототехники по направлению

прототипирования и 3D печати. Продолжительность курса занимает 190 часов, посещение с 12 до 17 лет. Стоимость посещения 1 академического часа 5,75 BYN. Месячная стоимость 16 академических часов занятий 92 BYN.

ГУО «Многопрофильный центр детей и молодёжи» включает 8 подростковых клубов, расположенных в помещениях жилых домов и других помещениях города, находящихся на балансе коммунального унитарного многоотраслевого производственного предприятия Брестское городское жилищно-коммунальное хозяйство: клуб «Факел», «Ориентир», «Надежда», «Олимпиец», «Огонек», «Романтик», «Пралеска».

Основная форма организации учебно-воспитательного процесса в клубах – занятия в объединениях по интересам. В настоящее время организована работа 92 объединений по интересам, где обучаются более 1000 учащихся из числа детей и молодёжи г. Бреста в возрасте от 5 до 24 лет, в том числе дети с утратой здоровья, с особенностями психофизического развития, и несовершеннолетние подростки, состоящие на учёте в ИДН и находящиеся в социально опасном положении. Все занятия проводятся на бюджетной основе.

В Беларуси наибольшее количество вакансий на профессии Педагог дополнительного образования открыто в Минске (50,8%). На втором месте – Гродненская область (41,5%), а на третьем – Брестская область (7,7%). По статистике профессия Педагог дополнительного образования является наиболее оплачиваемой в Брестской области. Уровень средней заработной платы составляет 475 BYN. Следом идут Гродненская область (460 BYN) и Минск (400 BYN). Среди похожих профессий в Беларуси наиболее высокооплачиваемой считается Монтессори педагог (750 BYN – Минск) [4].

Таким образом, дополнительное образование востребовано в Беларуси и предоставляет множество дополнительных возможностей для реализации врожденных способностей детей и приобретения новых способностей. В каждом человеке есть целый арсенал скрытых возможностей, которые важно вовремя раскрыть и развить. Школа дает ребенку общее образование, а многогранному развитию личности способствует дополнительное.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вагин, Д. Ю. Система дополнительного образования как драйвер экономического развития / Д. Ю. Вагин // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – Т. 1. – №7 (33). – С. 6.

2. Об утверждении государственной программы об образовании и молодежной политики [Электронный ресурс] : Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 28 мар. 2016 г., № 250 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь. – Брест, 2020.

3. Министерство образования Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа : <https://edu.gov.by/>. – Дата доступа : 05.11.2020.

4. Все вакансии работ в Беларуси [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа : <https://by.trud.com/>. – Дата доступа : 05.11.2020.

А. ЮДЧИЦ

Начальное образование, 4 курс, 41 группа

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и экономики

А. В. МАКАРЕВИЧ

ЧАСТНЫЕ ДЕТСКИЕ САДЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

На сегодняшний день одной из главных проблем родителей детей дошкольного возраста становится устройство ребенка в детский сад. Нагрузка на государственные учреждения образования по стране в среднем составляет около 130%. Родители вынуждены становиться в очереди в садик сразу после рождения ребенка, но это не является гарантией того, что ребенок будет посещать данное учебное заведение в своем районе и рядом с домом. Поэтому в современных условиях одним из приоритетных направлений развития системы образования является обеспечение доступности качественного дошкольного образования за счет активного развития частных услуг в данной сфере.

В настоящий момент в стране функционирует около 20 частных дошкольных учреждений образования (включая мини-детские сады): в Минске и Минской области насчитывается 11 садов, во всех остальных областях показатель колеблется от одного до трех. Государственных учреждений для детей от года и до семи лет насчитывается 3803. Таким образом, доля частных детских садов составляет 0,5%. Это низкий показатель, который необходимо увеличивать, так как частные детские сады позволяют решить следующие проблемы: снизить нагрузку в государственных учреждениях дошкольного образования; разнообразить

образовательные услуги; реализовать индивидуальный подход; позволит обучать детей дошкольного возраста с низким иммунитетом за счет меньшего наполнения групп; создать дополнительные рабочие мест; появления «здоровой» конкуренции в образовании; затрат государства на дошкольное образование.

Частные учреждения образования в нашей стране было возможно открыть не всегда. Первые платные детские сады стали появляться после принятия в 1991 году закона «Об образовании». Из статьи 141 следует, что «в систему дошкольного образования включаются:

- учреждения образования, реализующие образовательную программу дошкольного образования;
- организации, которым в соответствии с законодательством предоставлено право осуществлять образовательную деятельность, реализующие образовательную программу дошкольного образования;
- индивидуальных предпринимателей, которым предоставлено право осуществлять образовательную деятельность, реализующих образовательную программу дошкольного образования» [1].

Не смотря на широкий спектр проблем, которые могут решить частные детские сады существует ряд сложностей в реализации данного вида деятельности. Проанализируем возникающие проблемы на примере частного детского сада «Монтессори» (ЧУП «Диарсад») города Бреста.

Первой проблемой является необходимость крупных денежных вложений, в которые входит: аренда подходящего помещения, его обустройство в соответствии с санитарными нормами и требованиями; специальные материалы для занятий. Так на примере детского сада «Монтессори» расходы на оборудование составили 5000 долларов. Налоговым законодательством определен ряд налоговых льгот для учреждений образования при реализации на территории Республики Беларусь платных услуг в сфере образования. Учреждениям дошкольного образования частной формы собственности могут быть предоставлены помещения в безвозмездное пользование или значительное уменьшение размера арендной платы при применении минимальных и понижающих коэффициентов. Помощь в открытии данного бизнеса может оказать Указ Президента Республики Беларусь от 1 сентября 2010 года №450 «О лицензировании отдельных видов деятельности». Данный указ гласит, что деятельность по организации программ дошкольного образования не лицензируется [2].

Следующей проблемой является соблюдение требований СанПиНа и пожарной безопасности. Настоящие Санитарные нормы и правила устанавливают санитарно-эпидемиологические требования к

устройству и содержанию территории и здания, режиму деятельности. «Требования настоящих Санитарных норм и правил распространяются, в том числе, на учреждения образования, иные организации и индивидуальных предпринимателей, которым в соответствии с законодательством предоставлено право осуществлять образовательную деятельность, при реализации ими образовательной программы дошкольного образования, образовательной программы специального образования на уровне дошкольного образования, образовательной программы специального образования на уровне дошкольного образования для лиц с интеллектуальной недостаточностью» [3]. Из этого следует, что санитарные нормы являются идентичными для государственных и частных учреждений образования. Также следует обратить внимание на Постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь 25 января 2013 №8 Санитарные нормы и правила «Требования для учреждений дошкольного образования». Данный документ позволяет открывать детские сады в существующих застройках, данный вид садов носит название мини-детский сад. Для данного вида детских садов возможно использование коттеджей, первых этажей обычных домов, однако необходимо учитывать наличие отдельного наружного входа с тамбуром, оборудованной игровой площадки, а также определенный набор помещений, обеспечивающий режим функционирования группы [4].

Одной из самых острых проблем является вопрос о коммунальных услугах, так как на сегодняшний день частные учреждения производят оплату по полному 100% тарифу. На сегодняшний день никаких льгот данным учреждениям образования не предусмотрено.

Не менее важным является подбор квалифицированных специалистов. Для того, чтобы квалифицированный сотрудник имел стимул работать на предоставленном ему месте, необходима достойная заработная плата. Поэтому значительную часть расходов занимает заработная плата сотрудников, в перечень которых входят не только воспитатели и няни, но и преподаватель иностранных языков, изобразительного искусства, музыки, физкультуры, а также логопеды и дефектологи.

Более подробно рассмотрим доходы частных дошкольных учреждений. В целом по стране цена за пребывание одного ребенка в частном учреждении образования колеблется от 250 до 1500 долларов за месяц. В детском саду «Монтессори» за одного ребенка оплата за месяц составляет около 400 долларов, в зависимости от времени пребывания. Однако на базе данного учреждения существует система скидок, например, если в сад ходит два ребенка из одной семьи, то

родителям предоставляется скидка в размере 50 % от стоимости услуг. Очевидно, что большинство белорусских родителей не могут себе позволить водить детей в частные садики. Таким образом, частные сады не являются для большинства родителей решением проблемы дефицита мест.

Подведем итоги, частные учреждения образования на территории Беларуси занимают достаточно малый процент в соотношении с государственными. Малое количество частных детских садов свидетельствует о сложности и невыгодности такого бизнеса. Создание частных дошкольных учреждений способствует вовлечению частного капитала в сферу образования, что влечет за собой создание равнозначных экономических условий для частных и государственных учреждений данного типа. При поддержке государства частные сады могут решить широкий спектр проблем в образовании детей от одного года и до семи лет. Поэтому в современных условиях частные дошкольные учреждения образования должны так же, как государственные, обеспечить право ребенка на качественное образование и воспитание.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании : 13 января 2011 г. № 243-З : принят Палатой представителей 2 дек. 2010 г. : одобр. Советом Респ. 22 дек. 2010 г. – Минск : РИВШ, 2011. – 352 с.

2. О лицензировании отдельных видов деятельности [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь от 1 сентября 2010 года, № 450 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <https://www.pravo.by/>. – Дата доступа : 04.11.2020.

3. Санитарные нормы и правила «Требования для учреждений дошкольного образования». [Электронный ресурс] : Постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 25 января 2013, № 8 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <http://pravo.levonevsky.org/>. – Дата доступа : 04.11.2020.

4. О внесении дополнений в постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 25 января 2013 года № 8 [Электронный ресурс] : Постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь № 72 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <https://www.pravo.by/>. – Дата доступа : 04.11.2020.

О. ЮХИМУК

Экономика, 1 год обучения

Научный руководитель: кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой философии и экономики

Д. А. ПЕТРУКОВИЧ

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Цифровая экономика является составной частью экономики, где нематериальное производство – основной показатель, характеризующий информационное общество. Понятие «цифровая экономика» формируют новую социально-экономическую систему. Данное понятие ввел Николас Негропonte в 1995 году.

Развитие цифровой экономики привело к появлению различных определений цифровизации экономики, которые могут быть противоречивы.

В целом различают 4 определения цифровизации экономики, каждое из которых подчеркивает основную черту их функционирования:

– новый этап автоматизации и информатизации экономической деятельности и государственного управления, процесс перехода на цифровые технологии, в основе которого лежит не только использование для решения задач производства или управления информационно-коммуникационных технологий, но также накопление и анализ с их помощью больших данных в целях прогнозирования ситуации, оптимизации процессов и затрат, привлечения новых контрагентов и т.д. [1, с. 4];

– экономика, осуществляемая с помощью цифровых телекоммуникаций [3, с. 2];

– это интернет-экономика, в который включены смежные рыночные сегменты [4, с. 8];

– экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами. Расчёты за услуги и товары цифровой экономики производятся зачастую цифровой валютой (электронными деньгами) [5, с. 53].

В моем понимании наиболее актуальным для современного развития цифровизации экономики будет являться следующее определение:

Цифровизация экономики – это новый этап автоматизации и информатизации экономической деятельности и государственного управления, осуществляемый с помощью цифровых телекоммуникаций, в который включены смежные рыночные сегменты связанные с электронным бизнесом и электронной коммерцией.

Тесно связана цифровая экономика с ещё одним понятием как «цифровая трансформация».

Долгое время под цифровой трансформацией подразумевался перевод в цифровой формат или хранение в цифровом формате традиционных форм данных. Однако, в современном мире данное понятие гораздо шире, чем перевод данных в цифровой формат. Когда предприятия и организации осознали все возможности использования оцифрованных данных, они стали разрабатывать процессы для этих целей. С этого момента цифровые технологии стали быстрее развиваться, и способность быстро внедрять их напрямую определяет конкурентоспособность организации на рынке [3, с. 3].

Существует множество определений цифровой трансформации. Самые распространенные из них:

- процесс интеграции цифровых технологий во все аспекты бизнес-деятельности, требующий внесения коренных изменений в технологии, культуру, операции и принципы создания новых продуктов и услуг [2];

- трансформация бизнеса путем пересмотра бизнес-стратегии, моделей, операций, продуктов, маркетингового подхода, целей и т. д. путем принятия цифровых технологий. Она призвана ускорить продажи и рост бизнеса [2];

- внедрение современных технологий в бизнес-процессы предприятия [2];

- глубокое преобразование продуктов и услуг, структуры организации, стратегии развития, работы с клиентами и корпоративной культуры [2].

Автор предлагает свое определение цифровой трансформации:

Цифровая трансформация – это процесс интеграции цифровых технологий бизнеса путем пересмотра бизнес-стратегии в бизнес-процессы предприятия и глубокого преобразования продуктов и услуг, структуры и стратегии развития организации.

Этот подход подразумевает не только установку современного оборудования или программного обеспечения, но и основные изменения в подходах к управлению, корпоративной культуре, внешних коммуникациях. В результате повышаются производительность каждого сотрудника и уровень удовлетворенности клиентов, а предприятие приобретает репутацию

прогрессивной и современной организации. На практике это означает создание системы сквозных бизнес-процессов, которую можно назвать цифровой экосистемой бизнеса.

Таким образом, цифровая экономика и цифровая трансформация тесно связаны между собой путем внедрения в экономическую деятельность цифровых технологий и пересмотра бизнес-стратегий предприятий и глубокого преобразования продуктов, и услуг, поэтому процессы цифровой экономики и цифровой трансформации наиболее активно протекают именно в сфере услуг (розничная торговля, туризм, консалтинг, развлекательные услуги и пр.), а также в тех сегментах экономики, которые получают добавленную стоимость от развития сервисной деятельности (например, в банковском секторе). Однако не стоит забывать о «минусах» цифровой экономики и цифровой трансформации, как невозможность открытого доступа сети и цифрового неравенства, а также возможность взлома технических систем, которые в последствие могут привести к мировой катастрофе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Добрынин, А. П. Цифровая экономика – различные пути к эффективному применению технологий / А. П. Добрынин. – Москва, 2016. – С. 11.
2. Толковый словарь терминов и понятий по вопросам цифровой трансформации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://elib.bsu.by>. – Дата доступа : 11.11.2020.
3. Юдина, Т. Н. Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика / Т. Н. Юдина. – Москва, 2016. – С. 16.
4. Кешелава, А. В. Введение в «Цифровую» экономику / А. В. Кешелава, В. Г. Буданов, В. Ю. Румянцев и др. ; под. общ. ред. А. В. Кешелава. – ВНИИГеосистем, 2017. – С. 28.
5. Андреева, Г. Г. Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения / Г. Г. Андреева, С. В. Бадалянц, Т. Г. Богатырева и др. – Нижний Новгород, 2018. – С. 131.